Canada

Africa Trade Strategy 2000

Department of Foreign Affairs and International Trade

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

100-05032/

Africa Trade Strategy 2000

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

For additional copies of this document or for further information, contact:

InfoTech Enquiries Service
Attn: Jane Perrin
Department of Foreign Affairs and International Trade
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario K1A 0G2

e-mail: enqserv@dfait-maeci.gc.ca
Telephone: Ottawa-Hull 944-4000
Toll Free: 1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Disclaimer: The Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) has taken the utmost care in preparing this document. Although the information has been gathered from sources generally regarded as reliable, DFAIT cannot and does not, however, guarantee either the accuracy of the information, or the absence of error or omission, and therefore, assumes no liability for the document's contents.

FOREWORD

It is my great pleasure to provide you with the Africa Trade Strategy. With its concrete approach, it will help you turn the principles of trade with Sub-Saharan Africa into practical realities. It is my hope that this strategy will become one of the most valuable tools you will use to trade in the most overlooked, yet promising, economic region in the world.

This publication is one of many efforts we are undertaking to help Canadian companies compete successfully and take maximum advantage of trade and investment opportunities in Sub-Saharan Africa. The additional resources that we are providing to this project will also help achieve this goal.

It is important to enhance Canada's image as a valuable trade and investment partner and to foster strong support for closer economic and commercial co-operation with Sub-Saharan Africa. Our leading role in the new economy can shape our future commercial relationship with this emerging economic region.

Africa presents some unique challenges in terms of developing and strengthening trade and business linkages. The Africa Trade Strategy is an important element in our long-term strategic goals aimed at helping Africa reduce poverty levels and become integrated into the global economy. Expanding trade, increasing market access and strengthening investment protection are mutually beneficial; we can accomplish them together – in partnership.

Pierre S. Pettigrew
Minister for International Trade

Africa Trade Strategy

TABLE OF CONTENTS

FOREWORD
The Honourable Pierre S. Pettigrew, Minister for International Trade

1. Introduction to the the Sub-Saharan Africa Trade Strategy..... 1
The Case for an Africa Trade Strategy: Emerging Africa..... 2
The Trade Commissioner Service and Africa..... 5

2. A Strategic, Regional Approach to Sub-Saharan Africa..... 7
Africa Trade Strategy Objectives..... 8
i) Image Building: Marketing Africa and Canada..... 9
ii) Expanding Two-way Trade and Market Access..... 10
iii) Mobilizing the Private Sector..... 12
iv) Integrating Africa into the New Economy..... 14

3. Regional Market Dynamics..... 15
Lead Economies: South Africa and Nigeria..... 15
Regionalizing Markets..... 17

4. Sector Analysis by Country..... 18
Market Potential for Selected Countries—Table

5. Africa 2015: Looking Ahead for Emerging Opportunities..... 19
Cutting Poverty in Half by 2015..... 19
Emerging Sectors for the Next Decade..... 19

6. Contacts and Resources..... 21

Glossary of Acronyms..... 23

Appendix A—Canadian Firms and Their Access to Private Sector Financing Sources in Africa..... 24

1. The Sub-Saharan Africa Trade Strategy

The question that sparked this trade strategy is fairly simple: How can we improve the performance of Canadian industry in a region offering many opportunities and needs that match Canadian industry capabilities?

Our Strengths and Potential...

1) Canadian products, services, and capabilities are well matched to Africa's needs;

2) Canadians are well regarded in Africa; this, combined with the capacity to work in both French and English, gives Canadian firms a comparative advantage over their competitors;

3) Some Canadian companies are already successfully exporting their products or consulting services to, or investing in, Africa, making the continent an important and growing business partner relative to other emerging markets that have a higher profile or receive more dedicated trade support resources;

4) Much of Africa is growing economically and looking outward, generating higher demands for imported products and services, joint ventures, and investment; and

5) Return on investment on African projects is relatively high; official U.S. statistics show return on investment for U.S. firms in Africa (excluding South Africa) averaging 29% over the period 1990-1997, higher than anywhere else including Asia or Latin America.

The International Monetary Fund forecasts that Africa's overall gross domestic product should grow by 5% in 2000, an improvement from 3.1% in 1999.

These facts should lead Canadian business to be more active in Africa, but other factors have historically dissuaded many Canadians from considering Africa. The dominant image remains one of poverty and conflict: Africa is seen as a region where only high-risk corporate adventurers—after gold, diamonds, or oil—have a chance to succeed.

With This Trade Strategy . . .

Once the varied nature of this huge continent is realized, its emerging opportunities profiled, and a co-ordinated strategy delineated, Canadian business will be poised to participate in the lucrative emerging markets of Sub-Saharan Africa. The Trade Commissioner Service of the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) has recently launched some important initiatives to help Canadian companies take advantage of opportunities in the region.

The Case for an Africa Trade Strategy: Emerging Africa

Market Size

In a globalizing marketplace, ignoring frontier markets is a perilous strategy. Over the last few years it has been countries in Sub-Saharan Africa, not Asia or Latin America, that have led the world in percentage economic growth. In 1997, 20 countries reached or surpassed 5% growth, with global leader Mozambique averaging 10% since that year. The International Monetary Fund forecasts that Africa's overall gross domestic product (GDP) should grow by 5% in 2000, up from 3.1% in 1999. Africa's total exports in 1998 were a significant $124 billion, with non-oil exports increasing 5% per year since 1994. Imports of goods and services are well over $100 billion per year, at approximately a 75:25 goods to services ratio.

Recent events further illustrate the economic strength of the region's largest economy, South Africa. Disciplined fiscal management has wrestled the budget deficit firmly below 3%, and it continues to fall. International bond rating services Moody's and Standard & Poor's have recently given an "investment grade" rating to South African government bonds, decreasing the cost of international borrowing and paving the way for global bond funds to add South African sovereign debt to their portfolios.

Sub-Saharan Africa (SSA) includes all nations south of Morocco, Algeria, Tunisia, Libya, and Egypt. The use of the generic term "Africa" in this report is synonymous with Sub-Saharan Africa unless otherwise stated.

South Africa recently finalized a trade deal with the European Union, after four years of tough negotiations, and it continues to expand its trade links with Brazil and other MERCOSUR (South American Common Market) countries. Despite sluggish gold prices, the Johannesburg Stock Exchange provided tremendous returns to investors during 1999, illustrating the diversity of the economy. And projected South African GDP growth for 2000 is now estimated to reach and perhaps surpass 3.5%.

Existing Canadian Presence

In addition to a strong presence on the continent by Canadian engineering and service firms, based on long-standing CIDA (Canadian International Development Agency) activity in Africa, fully 50% of all mining exploration in Africa is carried out by Canadians. Other more recent sectors of activity for Canadian firms in Africa include oil and gas, telecommunications, electricity generation and transmission, and wood processing. As well, small and medium-sized firms (SMEs) have recently moved into West Africa in many sectors unrelated to traditional CIDA-supported activities.

Canada has also been instrumental in the development of various regional and Africa-wide structures with significant business potential. Among these are the Regional (West African) Stock Exchange, the RASCOM (African Network for Satellite Communications), and the UPDEA (African Union of Electricity Producers) Regional Training Institute, all based in Abidjan.

Improving Market Conditions

From a Canadian perspective, recent trends are also encouraging. Two significant long-term investments by Canadian mining firms in Tanzania (Barrick Gold) and South Africa (Placer Dome) at the close of the 1990s are only the most visible evidence of growing Canadian interest. In West Africa, Hydro-Québec International beat out other foreign competitors and became the lead strategic partner in the privatization of the SENELEC, Senegal's power producer.

Banking and Finance

In many former colonies, the local banking system is tied directly to the banks of the former colonial power; this can result in a loss in confidentiality to the advantage of competitors from the parent country. Canadian firms face strong competition from European firms that have access to their own export credit agencies and to the local branches of national banks, often with favourable terms. Canada's Export Development Corporation (EDC) supported $509 million worth of transactions in 31 African markets during 1999, up from $356 million in 1998. In Sub-Saharan Africa, EDC's most active markets were Côte d'Ivoire, Ghana, Kenya, South Africa, and Tanzania. In contrast, Canadian chartered banks have shown little interest in participating in the African market.

Canada's Export Development Corporation (EDC) supported $509 million worth of transactions in 31 African markets during 1999, up from $356 million in 1998.

Almost all of our competitors from other OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) countries have access to equity capital through development financial institutions, such as the Britain's Commonwealth Development Corporation (CDC), Germany's Investment and Development Company (DEG), the Netherlands' Development Finance Company (FMO), and the United States' Overseas Private Investment Corporation (OPIC). Canadian exporters that have done substantial business in Sub-Saharan Africa have repeatedly called for Canada to establish her own development financial institutions to help them compete in developing markets.

Trade Data

Canadian bilateral merchandise trade with Sub-Saharan Africa peaked in 1998 at over $2.1 billion, dropping slightly in 1999 to $1.8 billion. (These statistics do not capture the whole story, however, as they miss much transit trade, especially in West Africa, where significant exports from Canada are routed through Europe and are not counted in direct-export statistics.) Canadian exports comprise a mix of primary commodities (e.g., wheat and wood pulp) and, increasingly, high-value manufactured products (e.g., aircraft and parts, machinery, motor vehicles, and mining equipment). The terms of merchandise trade remain in Africa's favour, with a Canadian trade deficit of about $580 million. However, this excludes Canadian exports of services and consulting,

which total at least $500 million and significantly reduce the overall trade deficit with Sub-Saharan Africa.

The African Renaissance

Since macroeconomic and political reforms began sweeping the continent in the late 1980s—gathering steam with the 1994 election of Nelson Mandela in South Africa and strengthened by the transition to civilian rule in Nigeria in 1999—a growing number of African countries have made significant strides on the economic front. This "African Renaissance" is unevenly distributed and remains incomplete, but the foundations are definitely in place.

The "African Renaissance" is unevenly distributed and incomplete, but the foundations are definitely in place.

Botswana, Mauritius, and Namibia stand out as leading lights of the African Renaissance, given their economic performance and good governance over many years. For others, a solid start has been made in privatizing state industries and reforming arcane regulatory and tax systems. As well as taking various steps toward economic liberalization, good governance, increased transparency, and more disciplined fiscal frameworks and monetary policy, a number of states significantly improved their business climate during the 1990s. Here, Ghana, Côte d'Ivoire, Mali, Mozambique, Senegal, Tanzania, and Uganda are leading the way. The vast majority of African states are also members of the Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA), offering further protection to foreign investment. And the revitalization of the African Development Bank and various capital markets, plus the growth in private sector-structured finance options, have buttressed the financial environment.

Adapting to the Competition

Until recently, business patterns in Sub-Saharan Africa reflected the colonial history of the sub-continent. French companies were most active in Central and West Africa, while British firms were prominent in Eastern and Southern Africa. This situation is rapidly changing. France is now entertaining growing diplomatic and business relations with countries outside its traditional sphere, while Spain, South Africa, the United States, and others are aggressively pursuing business all over the continent, often based on inroads by national contractors.

Canada has few large-scale contractors in Africa; however, we can use our increasing presence in South Africa to penetrate other regions. In West and Central Africa, the capacity of Canadian firms to do business in French makes them attractive potential partners for South African firms interested in Francophone countries. The American Africa Growth and Opportunity Act should spark increased interest of U.S.A. firms in Africa. Canadian firms should be able to profit from this by using their NAFTA connections to negotiate new partnership ventures with U.S.A. firms which are expanding their African operations.

Specific Opportunities

As in any large market, business possibilities are greater in some regions and sectors than in others. Chapters 3 and 4 provide an introduction to African regional markets and priority sectors, respectively. Priority sectors are based on the collective assessment of DFAIT's trade staff who are resident in these markets and the trade staff of the Africa Bureau in Ottawa. Detailed information on markets is available from DFAIT's Infoexport Web site at www.infoexport.gc.ca and other resources listed in Chapter 6. For a complete listing of all Canada's overseas trade representatives, including those in Sub-Saharan Africa, exporters can download a copy of *The Canadian Trade Commissioner Service - Our Offices Abroad 1999-2000* from the InfoExport Web site at www.infoexport.gc.ca/directory-e.asp.

The Trade Commissioner Service in Sub-Saharan Africa

DFAIT's trade commissioners are the delivery arm for the trade promotion and international business development efforts overseas of various government departments and the business community. Trade commissioners in Ottawa and trade personnel at Canadian missions across Sub-Saharan Africa play a leading role in trade and investment development, and in trade policy formulation for their specific markets.

Canadian trade commissioners, locally engaged commercial officers, and honorary consuls cover most of the region, actively promoting Canadian goods and services, disseminating information about international business opportunities, and promoting joint ventures and investment.

Trade offices are located in the following countries*:

- Burkina Faso
- Cameroon
- Côte d'Ivoire
- Ethiopia
- Gabon
- Ghana
- Guinea
- Kenya
- Mali
- Mozambique
- Niger
- Nigeria
- Senegal
- South Africa
- Tanzania
- Zambia
- Zimbabwe

For more information on countries not listed here, please visit the InfoExport Web site at www.infoexport.gc.ca. Firms must register with the WinExports database to access trade commissioner services: 1-800-551-4946.

**Some countries do not have any resident Canadian trade staff, while others are served only by part-time staff. Potential exporters should make sure they contact the responsible office far in advance of any potential prospecting trips or market research needs.*

*For a complete listing of all Canada's overseas trade representatives, exporters can download a copy of **The Canadian Trade Commissioner Service - Our Offices Abroad 1999-2000** from the InfoExport Web site at www.infoexport.gc.ca/directory-e.asp.*

Trade officials in Ottawa are in place to help new and experienced Canadian companies that have researched and selected their target markets. Their work complements that of officials in International Trade Centres across Canada, in other federal departments, and in provincial or territorial governments who help prepare Canadian firms to become export-ready. A listing of the trade personnel in DFAIT's Africa Bureau can be found in Chapter 6.

Six Core Services of the Trade Commissioner Service

The Trade Commissioner Service offers six core services to help Canadian companies penetrate overseas markets. However, not all the services listed below are available in every Sub-Saharan market:

- *Market Prospects*
- *Key Contacts Search*
- *Visit Information*
- *Face-to-Face Briefings*
- *Local Company Information*
- *Troubleshooting/Advocacy*

Remember to notify the Canadian mission of your visit at least two weeks before your arrival. Also, note that not every African country has a resident Canadian trade official.

2. A Strategic, Regional Approach to Sub-Saharan Africa

This trade strategy for Sub-Saharan Africa was designed to, among other things:

- help Canadian companies compete successfully and take maximum advantage of trade and investment opportunities in that region;
- focus Trade Commissioner Service efforts on responding to Africa's emerging opportunities; and
- show how Canadian companies can work with the Trade Commissioner Service and its expanding network of partnerships with other federal and provincial government departments, agencies, industry associations, and the private sector.

During the late 1990s, Sub-Saharan Africa usually outpaced higher-profile markets such as India and Russia as a Canadian merchandise export destination. Trade in services and two-way investment are showing steady improvement as well. Despite this, Sub-Saharan Africa remains an unknown region for most Canadian companies.

During the late 1990s, Sub-Saharan Africa usually outpaced higher-profile markets such as India and Russia as a Canadian merchandise export destination.

Therefore, a first goal of this trade strategy is to raise the profile of Africa for internationally oriented Canadian businesses and explain the real nature of its markets and opportunities. Second, specific efforts are being directed toward facilitating the entry of export-ready SMEs that are new to these markets, by helping them plan and execute a sustainable business strategy for Africa, especially in the field of merchandise exports. Third, the trade strategy recognizes the need to protect and build upon the accomplishments of Canadian firms already active in these markets—these firms face increasing competition and a complex and evolving business environment.

Business itself has helped clarify the obstacles to increasing private sector linkages with Sub-Saharan Africa. It has identified specific irritants—including the difficulty of accessing adequate trade and investment financing—through informal contacts, client surveys, and formal reports such as the October 1998 findings of the Regroupement des entreprises pour l'Afrique.

Trade and Development

Government of Canada initiatives outside the Trade Commissioner Service and its specific trade promotion efforts are also supporting the long-term development of Africa. These initiatives range from debt relief and public sector capacity building for

better governance, policy formulation, and regulatory reform, to education and human resource development, poverty alleviation, and the "Human Security" agenda. CIDA and Canadian Official Development Assistance will remain significant players in our relationship with Africa for the foreseeable future. Canadian businesses need to keep abreast of business opportunities that result from CIDA's programming in Africa.

A Regional Approach

Sub-Saharan Africa is made up of of nearly 50 countries, representing a quarter of the world's states and encompassing many peoples, languages, political systems, and economic trends. In spite of Africa's vast size, it is possible to discern similarities within its regions, wherein neighbouring states frequently share official or business languages, legal traditions, and one or more sectors of opportunity. Accordingly, a market development approach which recognizes Africa's different regions makes good business sense.

Recently, DFAIT reorganized and combined its entire trade development resources for Sub-Saharan Africa. This new unit (GGTT) illustrates the strong commitment to effective regional trade development.

Such a regional approach is also suggested by the fact that, on their own, many African countries represent very small markets that are not attractive enough to generate sustained Canadian interest. Furthermore, Africa's own nascent regionalization efforts support a regional market development approach. An example is West Africa, where Nigeria and other countries are quickly strengthening intra-regional ties, developing common transport and energy infrastructure, eliminating internal tariffs and negotiating a common currency. These developments are leading to a regional market that European and American firms are increasingly targeting. There are existing currency unions in three sub-regions, and ongoing negotiations that could lead to one or two more common currency zones (e.g., the West African Zone is to include Nigeria, Ghana, and the eight-member West African Monetary Union: Côte d'Ivoire, Benin, Burkina Faso, Guinea Bissau, Mali, Niger, Senegal, and Togo, which have recently agreed on a common exterior tariff). There is also momentum toward the establishment of sub-regional free trade areas, increasingly integrated regional stock markets, and gradually improving intra-African transportation infrastructure.

DFAIT recognized these incipient trends and, in the mid-1990s, introduced its Southern and Eastern Regional Action Plan (SEARAP) to co-ordinate trade promotion and support activities among relevant federal and provincial agencies. By 2000, this model had been extended to incorporate West and Central Africa, becoming the Sub-Saharan Africa Regional Action Plan (SSARAP) and resulting in a reorganized trade development unit (GGTT) responsible for the entire region.

Africa Trade Strategy Objectives

Africa presents some unique challenges in developing and strengthening trade and business linkages. Unlike trade plans for established export markets, a trade strategy with Africa is closely linked to longer-term strategic goals of Canadian foreign policy aimed at helping Africa reduce poverty levels and integrate into the global economy. An eco-

nomically buoyant Africa raises the living standards of Africans, reduces the level of conflict and forced migration, and increases Africa-Canada business linkages and opportunities. Larger issues such as debt relief play an important role in making Africa a stronger business partner over the long term.

At the same time, a trade strategy must address the business-specific challenges offered by a tiered emerging market dominated by South Africa but including over 40 less developed countries. It must also take into account the limited resources that the Trade Commissioner Service has available to cover such a large and diverse territory. Lastly, the strategy must be responsive to changes in market trends and Canadian company needs, necessitating a review and reissue on a biennial basis.

With these issues in mind, a unique set of four overall objectives are presented in this trade strategy for Sub-Saharan Africa.

1) Image Building: Marketing Africa and Canada

Objective: Image Building

Africa's profile in Canada must be raised.

And more advantage has to be taken of Canada's positive image across the continent.

Africa is crowded out of the emerging market spotlight by places such as China or Latin America. In addition, Africa has a highly negative public image in Canada, with high-profile events such as war, famine, and floods casting a long and lingering shadow over the entire continent.

Conversely,Canada's good reputation across Africa is not fully comprehended by Canadian business and thus not employed to its potential. Despite a positive development partner tradition and reputation across Africa, Canada and its companies and capabilities are often overshadowed by aggressive American, British, French, German, Italian, Japanese, and, increasingly, Chinese, Malaysian, and South African firms, supported by national and regional marketing and project finance programs (see Appendix A).

It is therefore crucially important to raise Canada's image as a valuable trade and investment partner and to foster strong support for closer economic and commercial co-operation with Sub-Saharan Africa. This can be accomplished in the following ways:

- By increasing the frequency of official visits from key emerging African economies, as well as by increasing the presence of Canadian leaders, senior officials, and business representatives related to Africa with a combination of trade-show, sector-specific, "Africa Direct"-type (inward), and "Team Canada" -type (outward) approaches:

  - The Trade Commissioner Service will aim for at least one minister-led, sectorally focussed trade mission to Sub-Saharan Africa in each of the top three priority sectors within the next two years;

  - There will be more inward trips of African decision makers and business

people to showcase what Canadian business can offer, and programs will be specifically designed to introduce suppliers (supported by export financing) to them.

◆ By closely monitoring economic developments in Sub-Saharan Africa, and disseminating information and market intelligence to the Canadian business community using a full range of communications channels, including the International Business Opportunities Centre, various Internet mechanisms, and relevant trade associations:

- ❑ The Trade Commissioner Service will use new methods of analyzing project proposals by international financial institutions (IFIs) and development institutions to help alert Canadian companies about upcoming contracts for goods and supplies, which make up fully 60% of the value of development-related IFI projects;

- ❑ The procurement offices of industrial groups in regional centres (including the three regional hubs: Johannesburg, Abidjan, and Nairobi) will be actively monitored and supplied with Canadian leads.

CABSA, CIDA-INC, and PEMD are programs designed for Canadian SMEs going global.

◆ By challenging, where possible, the negative portrayal of Africa in the media so that Canadian companies, the financial community, and the general public will seriously consider the region as a business or investment destination:

- ❑ Where time and resources permit, trade officers can engage in an informal outreach and promotion program in Canada; this can include speaking engagements, informal meetings, and helping companies already successful in Africa to arrange inward visits by business and investment groups.

2) Expanding Two-way Trade and Market Access

A vibrant African private sector is critically important for long-term African socio-economic development and poverty alleviation, as well as for Canadian prosperity and global stability objectives. This requires sustained global liberalization and integration efforts that take account of Africa's economic strengths and weaknesses. Expanding trade, increasing market access, and strengthening investment protection is a mutually beneficial two-way street, accomplished via a multitude of methods:

◆ By focussing trade promotion and support efforts on priority markets and sectors that conform to Canada's strengths and Africa's growth points (including the provision of market reports and planning for targeted trade missions and trade shows), and gearing up trade support resources to match these requirements:

- ❑ The Trade Commissioner Service is increasing its Canada-based staff in

Sub-Saharan Africa by three people in 2000;

- ❑ A new commercial officer has been hired in Lagos, Nigeria;
- ❑ One additional trade desk officer will be added to the Africa Bureau in Ottawa;
- ❑ Overall, the budget for Sub-Saharan Africa trade and investment development will be increased, and additional financial resources will be made available to trade offices in Africa;
- ❑ New market studies will incorporate a regional approach when appropriate.

◆ By working with like-minded African states and trade officials in bilateral relationships and multilateral forums to strengthen international investment protection and trade regimes and decrease specific impediments to exporting to Africa;

◆ By promoting mutually beneficial direct investment, strategic alliances, and joint ventures (including technology transfer) in areas of Canadian expertise through:

- ❑ Working with the Canadian Alliance for Business in South Africa (CABSA) to foster mutually beneficial joint ventures that can lead to exports and technology transfers to South Africa. CABSA also has representatives in Canada as a point of first contact, and good regional linkages in Southern Africa;
- ❑ Working with CIDA's Industrial Cooperation Division (CIDA-INC) to increase applications for African projects and adapt the program to regional initiatives;
- ❑ Ensuring that the Program for Export Market Development (PEMD) takes into account the market realities and higher prospecting costs of Sub-Saharan Africa.

◆ By co-operating with the Trade Facilitation Office Canada in helping African diplomatic missions, investment promotion agencies, and exporters to increase their profile in North America.

◆ By co-ordinating efforts, promoting African opportunities, and sharing knowledge with other relevant federal, provincial, and territorial departments and agencies responsible for trade and investment promotion;

◆ By actively promoting a regional strategy for doing business in Africa that takes advantage of Canada's natural comparative advantages including bilingualism and multiculturalism through:

Objective: Expanding Trade

Exports to Sub-Saharan Africa doubled between 1994 and 1998. Trade development resources are being redeployed to build on this momentum.

- Promoting multi-country African visits by incoming Canadian businesses and business delegations;

- Evaluating the potential of working with the United States to build west coast, central region, and Atlantic coast trade missions of African visitors to North America, jointly organized by U.S. government agencies or the U.S. Corporate Council on Africa, and Trade Commissioner Service staff abroad;

- Further developing the key trade hub offices (Abidjan, Johannesburg, and Nairobi) and their ability to support and co-ordinate trade services in their respective regions.

These overarching trade strategy objectives related to exports and joint ventures are complemented by regional and sectoral overviews that follow in Chapters 3 and 4; they are designed to maximize Canadian capabilities in a number of Sub-Saharan Africa economic priority sectors.

Objective: Mobilize the Private Sector

3) Mobilizing the Private Sector

A national private sector constituency for Africa would strengthen business linkages. It might also find ways to address the financing gap faced by Canadian firms relative to their competitors working in the developing world.

Africa needs a strong national private sector constituency in Canada, like those of other regions (e.g., the China Canada Business Council). Such an organization would allow companies to learn from other successful firms about how to do business in Africa, what services and programs are available, etc. It would also provide government with a main contact point for private sector and trade issues related to Africa. Following the lead of many Quebec-based businesses active in Africa, this goal can be cultivated:

◆ By promoting the idea of a national private sector-led organization to become the focal point for African business and trade development, awareness building, and co-operation, and helping regional groups to co-ordinate at a national level;

- Up to $50 000 will be available from DFAIT for project proposals from Canada-Africa business associations, especially those with a national focus.

Joint ventures and foreign direct investment in Africa lead to increased Canadian exports and business opportunities. Such investment also plays a key role in African development and poverty alleviation, and for this reason most countries actively seek it. A key objective of this trade strategy is to increase Canadian company awareness about access to investment and financing, especially in support of equity participation in economically viable projects. Part of this strategy aims to ensure that Canadian companies are aware of IFI project financing and that **more** Canadian companies **bid more often** on these projects.

Canadian commercial banks rarely lend to African-related ventures. Until the continent is perceived as less politically risky and economically constrained, this lack of a large

domestic pool of investment capital limits the ability of Canadian business to pursue the range of frontier and privatization opportunities offered by contemporary Africa. Canadian companies need help to locate and mobilize appropriate sources of finance and investment to remain active in Africa, and this is especially true for SMEs.

Africa presents some unique challenges in this regard, as its private and public sectors do not always have the internal financial resources without IFI or development institution involvement.

Africa, like other parts of the developing world, frequently suffers from a shortage of investment capital, since its relative remoteness from major financial markets, and perceived greater riskiness, make African projects inherently less attractive than projects in the developed world. Moreover, while most African projects are very profitable, projects which are highly developmental frequently can offer only a low real rate of return. Funding for such "below market" investments is not available from normal commercial lending institutions, such as commercial banks. Lending and equity capital for such projects comes mainly from IFIs and development financial institutions. Since there is no Canadian development financial institution at present, Canadian exporters must rely on foreign-based institutions.

Canadian companies need help to locate and mobilize appropriate sources of finance and investment to remain active in Africa, and this is especially true for SMEs.

In Sub-Saharan Africa, the Trade Commissioner Service can help:

- By supporting Canadian business efforts to expand and deepen market presence through investments in Sub-Saharan Africa, especially via joint ventures with partners that can access alternative sources of financing;

- By developing and delivering tailored mechanisms to address the financing needs of Canadian SMEs, thus encouraging greater penetration of Sub-Saharan Africa by smaller and more specialized firms that are ready for these markets (a list of private sector financing options can be found in Appendix A, including comments on the suitability of each for SMEs);

- By monitoring, maximizing, and leveraging the economic benefits of activities in other areas, including those of multilateral development banks (especially the African Development Bank and IFI hubs like London, Paris, and Washington, D.C.), Canadian bilateral development assistance projects, or provincial and municipal government linkages.

- By developing ways to transfer knowledge about the African marketplace to new-to-market firms. An example might be through seminars, such as African Development Bank and World Bank seminars, where successful firms could share successful practices with would-be bidders. This approach might be particularly suited to SMEs and trading houses.

- By advising Canadian exporters on available sources of capital.

4) Integrating Africa into the New Economy

"The digital revolution has unleashed an unprecedented wave of technological change. Used responsibly, it can greatly improve our chances of defeating poverty," argues Kofi Annan, Secretary-General of the United Nations. Canada is a world leader in both the development and application of the technology that drives the new Sub-Saharan African on-line, knowledge-based economy. In fact, Canada is ahead of the United States in per capita measures of Internet penetration into the home and consumer utilization of many e-commerce functions. As Africa is relatively "unwired" but willing to leapfrog technologies to fill the many critical gaps in its telecommunications and IT infrastructure, it is an eminently suitable market and partner for Canada. Our objective should be to assist Africa's full engagement with the new economy and its digital revolution:

Objective: Africa in the New Economy

Canada's leading role in the new economy can positively shape our future commercial relationship with Sub-Saharan Africa.

- By developing a thorough network of on-line resources and e-commerce applications among African posts to both showcase Canada's leading edge in the field and to highlight Africa's opportunities as they materialize;

- By working with relevant Canadian trade associations, entrepreneurs, venture capital firms, and training institutions to build Africa's capabilities to integrate and employ this technology;

- By promoting an education and knowledge agenda in Africa, initially by establishing a Knowledge 2000 Task Team to co-ordinate government and industry initiatives in South Africa with a mandate to promote wealth-creating activities in education and training in Africa:

  - This may include developing a Canadian Learning Centre as part of the strategic follow-up to the March 2000 Learning and Technology mission to South Africa. An inward mission to Canada is also under consideration;

  - In the longer term, a Learning and Technology Mission to West Africa may be organized.

- By developing direct Internet links to Canadian universities and colleges in all our missions in Africa

Taken together, these four overall objectives or themes go beyond what is typically understood to be trade development. But trade development with Africa will require a unusual measures until the day when most of Africa is growing rapidly and Canadian business people routinely consider Africa as one of their normal export or investment markets.

3. Regional Market Dynamics

Lead Economies: South Africa and Nigeria

Sub-Saharan Africa contains two powerhouse economies, one actual, one potential. South Africa is certainly the dominant economy in Africa, with a GDP of over US$130 billion and sophisticated manufacturing and financial sectors. Nigeria with its 110 million people, vast oil reserves, democratic transition, and economic restructuring could finally take its place as an engine of growth for West Africa within the next three to five years.

South Africa is the only market in Sub-Saharan Africa that registers a section in *Opening Doors to the World: Canada's International Market Priorities 2000* which can be found at: http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/doorsworld/menu-e.asp

South Africa remains Canada's top trading partner in Sub-Saharan Africa. In 1999, Canadian merchandise exports to that market totalled $235 million, 24.2 percent below the 1998 level. Canada has extended the General Preferential Tariff to South Africa since 1994. In 1999, Canada imported $487 million from South Africa. This represents a decrease of 5.2 percent over 1998. Two-way investment remains modest, but Canadian direct investment in South Africa reached over $400 million in 1998, increasing by a further $520 million in the first nine months of 1999. Inward investment from South Africa has also risen in recent months to over $350 million, directed mostly at mining operations.

A SYNOPSIS OF THE SOUTH AFRICAN ECONOMY

Population: *43 million*
Literacy Rate: *82% (67% for Africans)*
GDP: *US$130 billion* Est. 2000 GDP Growth: *3.5%*

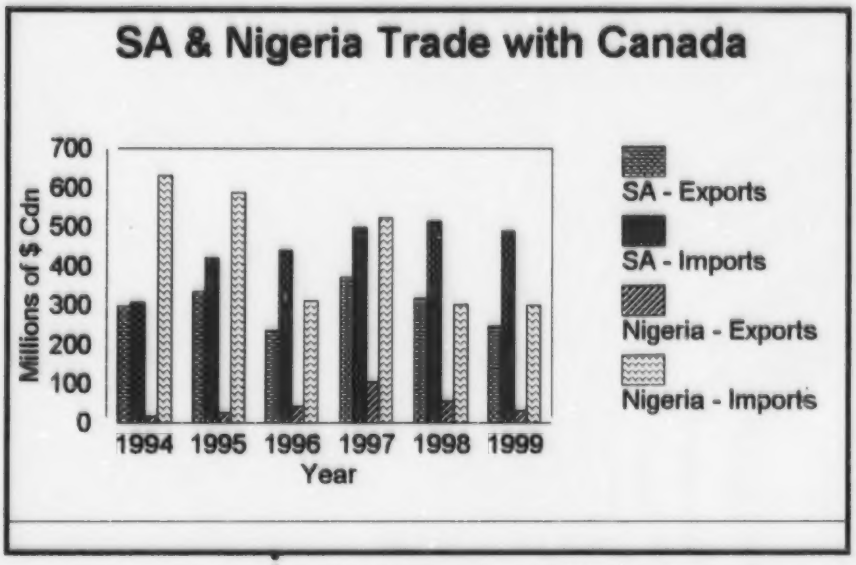
Structure of Economy (% share of 1998 GDP):
Agriculture 4.5%
Manufacturing 24%
Other Industry 15% (includes Mining at 8%)
Services 56%

Note: *Although the mining sector does not dominate the South African domestic economy like it once did, mining and its related industries still account for a large proportion of formal sector employment and export earnings. Gold exports alone make up nearly 20% of export earnings.*

The Trade and Investment Co-operation Agreement (TICA) concluded in September 1998 provides a framework for enhanced dialogue on bilateral and multilateral trade and investment matters. It establishes a Consultative Group, led at the level of senior officials, which will meet every 18 months. The Consultative Group will review trade and investment opportunities and address market access difficulties that may be raised by either party. The TICA also establishes a framework for further training of South African trade-policy specialists. The TICA consultations will provide a forum in which to enhance cooperation on multilateral issues and learn first-hand about developments that could affect Canadian trade and investment interests in South Africa. These consultations are even

more valuable given the resumption of WTO [World Trade Organization] negotiations on agriculture and services and South Africa's ongoing trade talks with the EU [European Union] and neighbours in the Southern African Development Community.

Canada has also signed a FIPA [foreign investment promotion and protection agreement] with South Africa. Discussions are ongoing regarding the entry into force of this agreement.



South Africa: Gateway to Sub-Saharan Africa

South Africa—with just 5% of the continent's population—accounts for 40% of Africa's industrial output, 25% of its GDP, over 50% of its electricity production, 45% of its mineral production, and 40% of its phone lines. This economic dominance, combined with its established business culture and its excellent physical and financial infrastructure, explains why South Africa is used by foreign companies as a gateway to Africa.

Given the importance of the South African market and its world-class infrastructure, Canada maintains its only independent trade office in Africa in the dynamic commercial centre of Johannesburg. The Canadian High Commission Trade Office is responsible for South Africa (and neighbouring countries Lesotho, Mauritius, Namibia, and Swaziland), but is becoming a hub for Canadian business working elsewhere in Sub-Saharan Africa for three main reasons:

- For many companies South Africa is a bridgehead to Sub-Saharan Africa;
- South African companies make good partners for doing business in other parts of Africa including Francophone West Africa, where Canadian and South African firms can effectively join forces, building on French language capability and market knowledge and on South African trade financing;
- South Africa has a critical mass of banking, IFIs, and development institutions that provide financing for African-related projects.

South Africa and Nigeria are Canada's two largest trading partners in Sub-Saharan Africa, but the trade is decidedly different. Nigeria does not yet compare as an export market with South Africa, but this may change over the next few years as the economy is restructured and revitalized, and confidence in its business and financial systems is restored.

Regionalizing Markets

South Africa (a destination market and a gateway to Africa) and Nigeria (potentially fulfilling the same role in West Africa) illustrate the positive regionalization efforts underway across Sub-Saharan Africa. After many false starts in the 1960s-1990s period, and despite the ongoing regional strains in the Southern African Development Community (SADC) around the conflict in the Democratic Republic of Congo, there is momentum building for closer regional linkages. There are plans for implementing free trade areas in SADC, East Africa Co-operation (EAC), and the Common Market for Eastern and Southern Africa (COMESA)—COMESA includes a countdown clock on its Web site for its Free Trade Area deadline of October 2000. There are also plans for expanding currency unions in West Africa and for narrow functional co-operation in sectors such as power, water, capital markets, and food security. Regionalization, it has been argued, might be a first step for those liberalizing economies that are getting stronger but are not yet strong enough to fully tackle the challenges of globalization.

West Africa - Stretching from Senegal in the west to Nigeria in the east, West Africa is home to over 200 million people in 15 countries. As mentioned above, it is increasingly organizing itself along regional lines. Nigeria is the dominant economy of the Economic Community of West African States (ECOWAS), but Côte d'Ivoire, Ghana, and Senegal have demonstrated stronger economic management records and growth over the last few years. Burkina Faso, Mali, and Niger have attracted considerable Canadian mining interest as they have improved their regulatory and business climates, and there are interesting opportunities outside the mining sector as well.

Central Africa - Central Africa is a region of relatively few, mostly small countries linked together by a mostly shared French language tradition and tremendous natural resources reserves. These countries are Cameroon, Chad, Central African Republic, Gabon, Congo, Democratic Republic of Congo, and Equatorial Guinea. They represent a mix of opportunities, but particularly oil and gas exploration and development—some Canadian companies are already working on the World Bank-funded Chad-Cameroon Pipeline Project—and mining. Cameroon is the main economic hub for this region of nearly 80 million people, at least while the conflict in the Democratic Republic of Congo continues.

Southern and Eastern Africa - From South Africa to Kenya and Uganda in the north and to Angola in the west, this huge region is actually a number of overlapping sub-regions, international organizations, and regionalization initiatives. For instance, EAC links Kenya, Tanzania, and Uganda, but all three are also members of COMESA, and Tanzania is a member of the SADC. All three organizations are pushing ahead with various economic integration schemes including shared currencies, free trade, common tariffs, etc. However, for the first time in 30 years, regional efforts are progressing and may, in the next 10 years, create a co-ordinated regional trading bloc comprising South Africa and a group of emerging "African Lion" economies that represent over 200 million people, a growing middle class market, and tremendous export potential.

There are plans for implementing free trade areas in SADC, EAC, and COMESA — COMESA includes a countdown clock on its Web site for its Free Trade Area deadline of October 2000.

4. Sub-Saharan Africa - Sector Analysis by Country

Market Potential for Selected Countries

H=High M=Medium L=Low

Country	Sector Market Potential	Mining	Oil & Gas	Energy	Telecoms	Transportation	Services	Forest products	Housing & building materials	Agriculture	Environment	Information Technology
Angola		M	H	M	M	M	L	L	M	M	M	M
Botswana		H	L	H	H	H	H	L	M	M	L	H
Burkina Faso		M	L	H	H	M	H	L	M	H	L	H
Cameroon		H	M	H	L	H	H	H	H	M	M	H
Congo (DRC)		H	M	H	M	M	H	H	H	H	H	H
Côte d'Ivoire		H	H	H	M	H	H	M	M	H	H	H
Ethiopia		M	L	M	M	M	L	L	M	M	M	M
Gabon		M	M	H	M	M	H	H	L	L	M	H
Ghana		H	L	H	H	H	H	L	H	L	L	H
Kenya		L	L	H	H	H	H	L	H	M	H	H
Mali		H	L	H	H	H	H	L	H	H	H	L
Niger		H	L	H	H	H	H	L	M	M	M	H
Nigeria		L	H	H	H	H	H	L	H	H	M	H
Mauritius		L	L	L	H	M	M	L	M	M	M	M
Mozambique		H	M	H	H	H	M	M	H	H	M	H
Namibia		H	L	H	H	H	M	L	L	L	L	M
Senegal		M	M	H	H	H	H	L	H	M	H	H
South Africa		H	L	H	H	H	H	L	L	M	M	H
Sudan		L	M	M	M	L	L	L	M	L	L	M
Tanzania		H	M	H	H	M	M	L	H	L	M	H
Uganda		L	L	H	H	H	M	L	M	H	M	M
Zambia		M	L	M	M	M	L	L	M	M	L	M
Zimbabwe		H	L	H	H	H	M	M	H	H	M	H

5. Africa 2015: Looking Ahead for Emerging Opportunities

Cutting Poverty in Half by 2015

The year 2015 has special meaning for many poorer countries. The United Nations has established 2015 as a target to accomplish some very challenging tasks: reducing by half the proportion of the global population living in dire poverty, halting and reversing the spread of AIDS, ensuring all children complete primary school, and eliminating the gender gap at all levels of education.

Many African countries have taken this project to heart, initiating plans like Ghana's "Vision 2020" that parallel these objectives at a national level. Within a decade or two, if current positive economic trends continue, parts of Africa will have experienced considerable growth and invested heavily in those sectors fundamental to sustainable development and poverty reduction. This means that certain exciting opportunities related to infrastructure, privatization, and utilities that are available today or in the next few years will no longer be open in a decade or so.

The United Nations has set a goal of cutting poverty in half by 2015.

Looking ahead with an optimistic eye, sustainable peace in areas such as Angola, Democratic Republic of Congo, Eritrea-Ethiopia, and Sierra Leone will increase business opportunities tremendously. All three countries have the natural resources available to support economic development and diversification. With the end of conflict, refugees can be repatriated and emigrants may return, bringing with them skills and capital to help rebuild economies. Areas of instability across borders will disappear, and productive resources can be ploughed back into the economy instead of into military pursuits.

Consider this fact: Angola has maintained very strong economic growth even during the recent resumption of its civil war. If peace were to stick, this oil, diamond, and agriculturally rich country could become an economic powerhouse and breadbasket for the region. Canadian business has to remain alert to changes in the economic and political landscape of Africa over the next few years as conflicts decline and opportunities replace them.

Emerging Sectors for the Next Decade

1) Education - Social spending on education in Africa has been under fiscal pressure for many decades, but it is accepted that the development of human capital is crucial to ensure beneficial integration into the global economy. New initiatives related to increasing access to basic and technical education - especially via the application of new technologies - will provide opportunities for Canadian educational institutions, technology

providers (especially in the fields of wireless data and voice communications, and "learnware" or software development), and distance education specialists.

2) Culture - Cultural exports and linkages with Africa are already established. It is not unusual to watch Canadian-made television programs dubbed into African languages in parts of Africa. Given the low penetration rate of television, let alone computers and the Internet, there will be considerable growth in the broadcast media, as African consumers demand more and better choice of imported cultural products, including books and music.

3) Tourism - Already a significant player in the economy of many African states, tourism still has much potential to generate more employment and visitors in a sustainable manner. Opportunities range from transportation products and services (including airport improvement and airline management services), through construction and natural resource management, to investments in the hospitality industry and provision of world-class telecommunications and IT management systems.

Already a significant player in the economy of many African states, tourism still has much potential to generate more employment and visitors in a sustainable manner.

6. Contacts and Resources

SUB-SAHARAN AFRICA TRADE (GGTT) - OTTAWA

Sub-Saharan Africa Trade (GGTT)
Department of Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive
Ottawa, ON K1A 0G2

Facsimile **(613) 944-7437**

Farrell, Robert - Deputy Director Trade **(613) 944-8133**
e-mail: robert.farrell@dfait-maeci.gc.ca

Robinson, Noreen - Trade Assistant **(613) 944-6589**
e-mail: noreen.robinson@dfait-maeci.gc.ca

Weinstein, Ted - Trade Commissioner **(613) 944-6586**
Angola, Comores, Djibouti, Eritrea, Ethiopia, Kenya,
Madagascar, Malawi, Mozambique, Seychelles, Somalia,
Sudan, Tanzania, Uganda, Zambia, Zimbabwe
e-mail: ted.weinstein@dfait-maeci.gc.ca

Vézina, Daniel - Trade Commissioner **(613) 944-8134**
Botswana, Lesotho, Mauritius, Namibia,
South Africa, Swaziland
e-mail: daniel.vezina@dfait-maeci.gc.ca

Vacant - Trade Commissioner **(613) 944-6575**
Ghana, Nigeria
e-mail: robert.farrell@dfait-maeci.gc.ca

Gagnon, Paul-André -Trade Commissioner **(613) 944-0396**
Benin, Burkina Faso, Burundi, Cameroon,
Central African Republic, Chad, Congo (Democratic Republic),
Congo (Republic), Côte d'Ivoire, Gabon, Gambia,
Guinea, Guinea-Bissau, Liberia, Mali, Niger, Rwanda,
Senegal, Sierra Leone, Togo
e-mail: paul-andre.gagnon@dfait-maeci.gc.ca

Government and IFI Web Sites

Government and IFI Web Sites

DFAIT's Africa Page	www.dfait-maeci.ca/africa
InfoExport - Trade Commissioner Service	www.infoexport.gc.ca
International Business Opportunities Centre (IBOC)	www.iboc.gc.ca
Canadian International Development Agency (CIDA)	www.acdi-cida.gc.ca
CIDA-Industrial Co-operation Division (INC)	www.acdi-cida.gc.ca/inc
MERX - Open Bidding Service	www.merx.cebra.com
Industry Canada	strategis.gc.ca
African Development Bank	www.afdb.org
IPANet (privatization information from MIGA)	www.ipanet.net
International Finance Corporation (IFC)	www.ifc.org

News and Business Information Sites

News and Business Information Sites

Mbendi Information for Africa	www.mbendi.co.za
Jeune Afrique	www.jeuneafrique.com
Strategies	www.scorpian-strategies.com
Africa News Online	www.africanews.org
New Africa	www.newafrica.com
Zone Franc Web site of West African Economic and Monetary Union (UEMOA)	www.izf.net

Glossary of Acronyms

AfDB	African Development Bank
CABSA	Canadian Alliance for Business in South Africa
CIDA	Canadian International Development Agency
COMESA	Common Market for Eastern and Southern Africa
DFAIT	Department of Foreign Affairs and International Trade
EAC	East Africa Cooperation (Kenya, Tanzania, Uganda)
ECOWAS	Economic Community of West African States
EDC	Export Development Corporation
FDI	Foreign Direct Investment
FIPA	Foreign Investment Promotion & Protection Agreement
GDP	Gross Domestic Product
IFIs	International Financial Institutions
MIGA	Multilateral Investment Guarantee Agency (World Bank)
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
PEMD	Program for Export Market Development
SADC	Southern African Development Community
SAP	Structural Adjustment Programme (of WB/IMF)
SME	Small- and Medium-sized Enterprises
TICA	Trade and Investment Cooperation Agreement
UN	United Nations

Appendix A - Canadian Firms and Their Access to Private Sector Financing Sources in Africa

The following table of private sector financing sources for project development underlines the near-absence of readily accessible Canadian equity or equity support services. Without access to an operating Canada-based equity fund, the only access for project equity in emerging countries is through funds primarily designed for other countries' firms. These foreign firms are typically larger than Canadian firms normally interested in doing business in Africa.

By far the largest number of Canadian firms targeting Africa are SMEs. The table below demonstrates the low level of funding directed to SMEs, as well as the difficulties they face in developing and bringing projects to fruition through the sole use of existing sources. For the above reasons, developing Canadian sources of financing is necessary to achieve greater Canadian private sector participation in Africa.

While every effort has been made to ensure the accuracy of this information (as of March 2000), the financing environment changes quickly and this information should be used as a guide to further research.

Name of Fund/Institution	*Geographic Distribution*	*SME Access*	*Type of Services*
Direct Project Financing by Regional Development Banks			
Banque ouest-africaine de développement (BOAD)	Regional headquarters in Lomé, Togo, with national antennas in each member country	*Average* Loans in Communauté français de l'Afrique (CFA) francs only, which obviates foreign exchange risk.	Mid- to long-term loans, equity participation
Development Bank of Southern Africa	Headquartered in Johannesburg; considers projects in Southern Africa	*Very limited*	Mid- to long-term loans and equity participation
Preferential Trade Area (PTA) Bank (COMESA)	15 COMESA countries are members plus AfDB; based in Nairobi	N/A	Direct loans, equity (rare), and contingent liability financial facilities

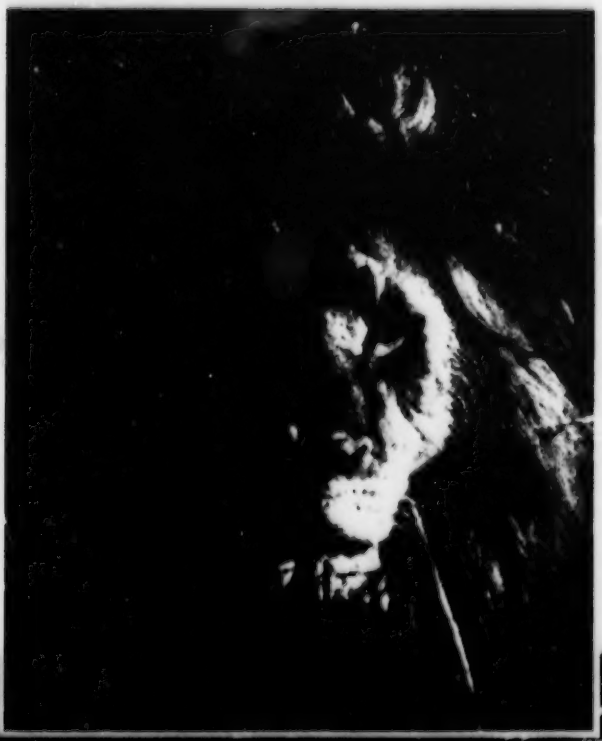
Name of Fund/Institution	*Geographic Distribution*	*SME Access*	*Type of Services*
Direct Project Financing by Multilateral Institutions			
International Finance Corporation (IFC) www.ifc.org www.ifc.org/abn Most experienced agency catering to foreign direct investment in developing countries. Follows IFI rules regarding environmental and social requirements. IFC contribution can be as low as $100,000 US. Local approval for total project costs of up to $ 5 million US. 25 % maximum participation.	All of Africa; regional representation in Côte d'Ivoire, Cameroon, South Africa, Nigeria; local offices in Ghana, and Senegal	*Average. SMEs may experience difficulty in providing the detailed information required by IFC.*	Project equity, lending, debt, equity, guarantees, syndication, foreign exchange risks, placements and advisory services
African Development Bank (AfDB) Private Sector Department www.afdb.org	All of Africa, including Northern Africa, from headquarters in Côte d'Ivoire	*Limited.* Delays may cause management and operational problems to SME promoters.	Term lending, equity, quasi-equity, guarantees, loan syndication, guaranteed share price issue
Commonwealth Development Corporation www.cdc.co.uk	All of Africa; regional offices in Côte d'Ivoire and Kenya	*Limited.* Normally supports projects in the US$5-50 million range, with up to 25% participation. Interested in supporting Canadian firms, including SMEs, in entering emerging markets, especially in forestry and mining.	Equity and quasi-equity
Netherlands Development Finance Corporation (FMO)	Less-developed countries	N/A	Loans (90%), equity, guarantees, administration of business programs related to business development

Appendix A - Canadian Firms and Their Access to Private Sector Financing Sources in Africa (con't)

Name of Fund/Institution	*Geographic Distribution*	*SME Access*	*Type of Services*
Investment Funds (existing or under development)			
Framlington Asset Management (U.K.) www.framlington.com www.framlington.co.uk West Africa Growth Fund, based in Abidjan	Regional offices in Abidjan and Cairo; headquartered in London	*Average* Typically invests in project expansion and not greenfield projects	Invests in private and semi-private firms through equity participation, quasi-capital. IFC, World Bank, and African Development Fund (ADF) are stakeholders.
The AIG African Infrastructure Fund	Based in Washington, D.C.	N/A	To be determined
The Southern Africa Infrastructure Fund	Based in Washington, D.C., with office in Johannesburg	N/A	To be determined; co-financed by AfDB
Modern Africa Growth and Investment Company (MAGIC)	Headquartered in Abidjan	*Not suitable*	Direct equity investment fund
Southern Africa Enterprise Fund	Based in Johannesburg; covers all Southern Africa	N/A	
FAGACE	Based in Niamey, Niger; covers Niger, Burkina Faso, Centrafrique, Côte d'Ivoire, Rwanda, Senegal, Togo, and Mali	*SMEs are a focus, especially with regard to goods and services production.*	Equity participation in local and regional entities
Commercial Banks			
HSBC	Throughout Africa through representation offices	*N/A*	Syndication
COBACI (ex Barclay's Bank)	Regional headquarters in Abidjan	*Average*	Trade financing as well as equity participation; IFC is a stakeholder.
Ecobank	Largest West African network	*Good*	Mostly trade financing limited appetite for project financing
Standard Chartered Bank and ABN AMRO are other examples.			

Name of Fund/Institution	Geographic Distribution	SME Access	Type of Services
Guarantees			
Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA) www.miga.org www.ipanet.net www.privatizationlink.com	Headquartered in Washington D.C., with regional offices in Lomé, Togo, and elsewhere	*Good*	Guarantees against political risk due to fund transfers, expropriation, breach of contract, armed and civil conflicts
FAGACE	Based in Niamey, Niger; covers Niger, Burkina Faso, Centrafrique, Côte d'Ivoire, Rwanda, Senegal, Togo, and Mali	N/A	Mid- and long-term guarantees, interest rate subsidies to lower credit costs
GARI (part of the Banque Ouest Africaine de Développement (BOAD))	Based in Lomé, Togo	N/A	Similar to MIGA's
Export Development Corporation	*Ottawa, Canada, with regional offices*	*Has a team dedicated to SMEs*	*Similar to MIGA's, plus trade finance, etc.*
Credit Guarantee Insurance Corporation of South Africa	Based in Johannesburg	N/A	Similar to MIGA's
Associated Services			
Africa Project Development Facility	Based in Washington, D.C., with offices in Abidjan, Nairobi, Johannesburg, and Harare	*Good*	Provides services for business plan development, from inception to the presentation to financing bodies
CIDA's Industrial Cooperation Programme (CIDA-INC)	*Hull, Québec*	*For firms with annual business volume above $1 million/year*	*Funds various training and joint venture expenses, with the exception of direct investment equity or other participation*
Africa Management Services Company (AMSCO) www.icds-amsco.com	All Africa; based in Amsterdam, with regional offices in Ghana, Côte d'Ivoire (Abidjan), and Zimbabwe	Good	Local replacement manager training; provides UN tax-free status to expatriate management
National Professional Training Funds e.g., Fonds de développement de la formation professionnelle (FDFP)	Usually one per country	Good	Funds professional training through a corporate tax based on salary expenditure
EB@S European/ACP Business Assistance Scheme	Based in Brussels; regional office in Abidjan ebas@aviso.ci	New entity (established January 2000) N/A (accessible only to Africa-based partner)	Training and advisory services

Canada



La stratégie commerciale pour l'Afrique 2000

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Department of Foreign Affairs and International Trade

La stratégie commerciale pour l'Afrique 2000

Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Pour obtenir d'autres exemplaires de ce document ou de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec le:

Service Infotech
a/s Mme Jane Perrin
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Courriel: enqserv@dfait-maeci.gc.ca
Téléphone: Ottawa-Hull 944-4000
Sans frais: 1-800-267-8376
Télécopier: (613) 996-9709

Sous toutes réserves: Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a préparé ce document avec le plus grand soin. Bien que l'information ait été recueillie auprès de sources généralement fiables, le MAECI ne garantit pas l'exactitude des renseignements contenus, ni l'absence d'erreurs ou d'omissions, et n'assume donc aucune responsabilité pour le contenu de ce document.

Avant-propos

C'est avec grand plaisir que je vous présente La stratégie commerciale pour l'Afrique. La démarche concrète que propose ce rapport vous aidera à transformer les principes théoriques du commerce avec l'Afrique subsaharienne en mesures pratiques. J'espère que cette stratégie deviendra un de vos outils les plus utiles pour établir et entretenir des relations commerciales avec la région économique la plus sous-estimée et, pourtant, la plus prometteuse au monde.

La présente publication n'est qu'un résultat parmi d'autres des multiples efforts que nous déployons pour atteindre notre objectif, à savoir aider les entreprises canadiennes à l'emporter sur la concurrence et à exploiter au maximum les possibilités de commerce et d'investissement qu'offre l'Afrique subsaharienne. Les autres ressources que nous y consacrons nous aideront également à atteindre cet objectif.

Il importe de rehausser l'image du Canada, afin d'en faire un partenaire intéressant sur le plan du commerce et de l'investissement, et de favoriser, par un appui solide, une plus grande coopération économique et commerciale avec l'Afrique subsaharienne. Le Canada fait figure de chef de file dans la nouvelle économie, et ce rôle peut façonner les relations commerciales qu'il établira avec cette région en plein essor.

L'Afrique pose des défis particuliers lorsqu'il s'agit de nouer et de renforcer des liens commerciaux. La stratégie commerciale pour l'Afrique constitue un élément important des buts stratégiques à long terme que nous nous sommes fixés pour aider l'Afrique à atténuer la pauvreté et à s'intégrer dans l'économie mondiale. L'expansion du commerce, l'élargissement de l'accès aux marchés et le renforcement de la protection des investissements profitent à tous. Travaillons-y ensemble — soyons partenaires.

Pierre S. Pettigrew
Ministre du Commerce international

La stratégie commerciale pour l'Afrique

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS
L'honorable Pierre S. Pettigrew, ministre du Commerce international

1. La stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne..... 1
Les arguments en faveur d'une stratégie commerciale pour l'Afrique : l'Afrique émergente..... 2
Le Service des délégués commerciaux en Afrique subsaharienne..... 5

2. Une approche stratégique régionale pour l'Afrique subsaharienne... 7
Objectifs de la stratégie commerciale pour l'Afrique..... 9
i) Image de marque : Commercialiser l'Afrique et le Canada..... 9
ii) Accroître le commerce bilatéral et élargir l'accès aux marchés.. 10
iii) Mobiliser le secteur privé..... 12
iv) Intégrer l'Afrique dans la nouvelle économie..... 14

3. Dynamique du marché régional..... 15
Principales économies : Afrique du Sud et Nigeria..... 15
Régionalisation des marchés..... 17

4. Analyse sectorielle par pays 19
Potentiel commercial de quelques pays - tableau

5. Afrique 2015 : cap sur les débouchés émergents.....20
Réduire la pauvreté de moitié d'ici 2015.....20
Secteurs émergents de la prochaine décennie.....20

6. Contacts et ressources..... 22

Acronymes : glossaire..... 24

Annexe A - Les entreprises canadiennes et leur accès à des sources de financement privées en Afrique..... 25

1. La stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne

La question théorique qui a déclenché cette stratégie commerciale est assez simple : comment pouvons-nous améliorer la performance de l'industrie canadienne dans une région où les débouchés et les besoins sont nombreux et à laquelle conviennent bien les compétences de l'industrie canadienne?

Nos points forts et notre potentiel

1) Les produits, les services et les compétences du Canada sont bien adaptés aux besoins de l'Afrique.

2) Les Canadiens sont bien vus en Afrique. Cette bonne réputation, conjuguée à la capacité de travailler en français et en anglais, donne aux entreprises canadiennes un avantage comparatif sur leurs concurrents.

3) Certaines entreprises canadiennes réussissent déjà à exporter leurs produits ou leurs services d'experts-conseils ou encore à investir en Afrique, faisant de ce continent un partenaire commercial important et croissant par rapport à d'autres marchés émergents plus en vue ou qui reçoivent plus de ressources axées directement sur le soutien au commerce.

4) Une grande partie de l'Afrique est en période d'expansion économique et se tourne vers l'extérieur, ce qui accroît la demande de produits et services importés, ainsi que de coentreprises et d'investissement.

5) Le rendement de l'investissement dans les projets africains est relativement élevé : les statistiques américaines officielles révèlent que le rendement des investissements des entreprises américaines en Afrique (Afrique du Sud exclue) s'est établi en moyenne à 29 p. 100 entre 1990 et 1997, soit plus que n'importe où ailleurs, y compris l'Asie ou l'Amérique latine.

Ces faits devraient inciter les entreprises canadiennes à être plus actives en Afrique, mais, par le passé, d'autres facteurs ont dissuadé de nombreuses sociétés canadiennes de se tourner vers l'Afrique. L'image dominante reste celle de la pauvreté et des conflits : l'Afrique est considérée comme une région où seuls les aventuriers prêts à courir des risques énormes - pour trouver de l'or, des diamants ou du pétrole - ont une chance de réussir.

Les avantages de la stratégie commerciale

Lorsque le caractère distinct de cet énorme continent aura été compris, que les débouchés émergents auront été décrits et qu'une stratégie coordonnée aura été définie, les entreprises canadiennes auront tous les éléments pour obtenir leur part des lucratifs

Le Fonds monétaire international prévoit que le produit intérieur brut (PIB) de l'Afrique devrait augmenter de 5 p. 100 en l'an 2000, en hausse par rapport à une croissance de 3,1 p. 100 en 1999.

marchés émergents de l'Afrique subsaharienne. Le Service des délégués commerciaux du MAECI a lancé récemment quelques initiatives importantes pour aider les entreprises canadiennes à mieux tirer parti des possibilités de cette région.

Les arguments en faveur d'une stratégie commerciale pour l'Afrique : l'Afrique émergente

Taille du marché

Dans un marché qui se mondialise, ignorer les marchés d'avant-poste est une stratégie périlleuse. Depuis quelques années, ce sont des pays de l'Afrique subsaharienne et non d'Asie ou d'Amérique latine qui ont affiché la croissance économique la plus élevée au monde. En 1997, 20 pays ont atteint ou dépassé un taux de croissance de 5 p. 100, le Mozambique, chef de file mondial, affichant une croissance moyenne de 10 p. 100 depuis cette année-là. Le Fonds monétaire international prévoit que le produit intérieur brut (PIB) de l'Afrique devrait progresser de 5 p. 100 en l'an 2000, en hausse par rapport à un taux de 3,1 p. 100 en 1999. Les exportations de l'Afrique en 1998 ont atteint un montant impressionnant de 124 milliards de dollars, les exportations non pétrolières affichant une hausse de 5 p. 100 par année depuis 1994. Les importations de biens et services dépassent 100 milliards de dollars par année, les biens étant trois fois plus élevés que les services.

L'Afrique subsaharienne comprend toutes les nations au sud du Maroc, de l'Algérie, de la Tunisie, de la Lybie et de l'Égypte. Le terme générique « Afrique » employé dans le présent rapport est synonyme d'Afrique subsaharienne, à moins d'indication contraire.

L'évolution récente illustre la vigueur économique de la plus grande économie de la région, en l'occurrence l'Afrique du Sud. Une gestion financière disciplinée a permis de ramener le déficit budgétaire à moins de 3 p. 100, et celui-ci ne cesse de diminuer. Les agences internationales de cotation des titres Moody's et Standard & Poor's ont accordé récemment une cote de solvabilité élevée aux obligations d'État de l'Afrique du Sud, ce qui a réduit les coûts des emprunts internationaux et incité les fonds obligataires mondiaux à ajouter des titres de dette souveraine sud-africains dans leurs portefeuilles.

L'Afrique du Sud a conclu récemment une entente avec l'Union européenne, après quatre années de négociations ardues, et elle continue de resserrer ses liens commerciaux avec le Brésil et les autres pays du MERCOSUR (le marché commun de l'Amérique du Sud). Malgré la morosité des prix de l'or, la Bourse de Johannesburg a procuré aux investisseurs des rendements exceptionnels en 1999, démontrant ainsi la diversité de l'économie. Et l'on prévoit actuellement que la croissance du PIB sud-africain en l'an 2000 devrait atteindre et peut-être dépasser 3,5 p. 100.

La présence canadienne actuelle

En plus de la forte présence des entreprises de génie et de services canadiennes sur le continent, liée aux longs antécédents de l'ACDI (Agence canadienne de développement international) en Afrique, plus de 50 p. 100 de l'exploration minière en Afrique est réalisée par des Canadiens. D'autres secteurs d'activité plus récents pour les entreprises canadiennes en Afrique comprennent le pétrole et le gaz, les télécommunications, la production et la trans-

mission de l'électricité et la transformation du bois. Plusieurs petites et moyennes entreprises (PME) se sont également installées en Afrique occidentale dans de nombreux secteurs sans liens avec les activités appuyées habituellement par l'ACDI. Le Canada a également contribué au développement de diverses structures régionales et continentales qui créent de nombreuses possibilités d'affaires, notamment la Bourse régionale (ouest-africaine), le RASCOM (Organisation régionale africaine de communications par satellite), et l'École supérieure interafricaine de l'électricité de l'UPDEA (Union des producteurs, transporteurs, distributeurs d'énergie électrique en Afrique), tous établis à Abidjan.

Amélioration de la conjoncture du marché

Du point de vue canadien, les tendances récentes sont également encourageantes. Deux investissements à long terme très importants effectués par des sociétés minières canadiennes en Tanzanie (Barrick Gold) et en Afrique du Sud (Placer Dome) à la fin des années 1990 ne sont que les témoins les plus évidents de l'intérêt croissant des sociétés canadiennes. En Afrique occidentale, Hydro-Québec International l'a emportée sur d'autres concurrents étrangers et est devenue le principal partenaire stratégique de la privatisation de SENELEC, le producteur sénégalais d'électricité.

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a appuyé pour 509 millions de dollars de transactions sur 31 marchés africains en 1999, en hausse par rapport à 356 millions de dollars en 1998.

Services bancaires et financiers

Dans un grand nombre d'anciennes colonies , le système bancaire local est lié directement aux banques de l'ancienne puissance coloniale, ce qui peut nuire à la confidentialité et profiter aux concurrents de l'ancienne mère-patrie. Les entreprises canadiennes font face à la rude concurrence des entreprises européennes, qui ont accès à leurs propres organismes de crédit à l'exportation et aux succursales locales des banques nationales, souvent à des conditions favorables. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a appuyé pour 509 millions de dollars de transactions sur 31 marchés africains en 1999, en hausse par rapport à 356 millions de dollars en 1998. En Afrique subsaharienne, les marchés les plus actifs de la SEE ont été la Côte-d'Ivoire, le Ghana, le Kenya, l'Afrique du Sud et la Tanzanie. En revanche, les banques à charte canadiennes se sont montrées peu intéressées à investir sur le marché africain.

Presque tous nos concurrents d'autres pays de l'OCDE (Organisation pour la coopération et le développement économiques) ont accès à des capitaux propres par l'entremise des institutions financières de développement comme la Commonwealth Development Corporation (CDC) au Royaume-Uni, la Société d'investissement et de développement (DEG) en Allemagne, la Société de financement du développement (FMO) aux Pays-Bas et l'Overseas Private Investment Corporation (OPIC) aux États-Unis. Les exportateurs canadiens qui ont réalisé un chiffre d'affaires important en Afrique subsaharienne ne cessent de réclamer que le Canada crée de telles institutions de financement du développement afin de leur permettre de soutenir la concurrence sur les marchés en développement.

Données commerciales

Le commerce bilatéral des marchandises entre le Canada et l'Afrique subsaharienne a atteint un sommet de plus de 2,1 milliards de dollars en 1998, avant de se replier légèrement et de

descendre à 1,8 milliard de dollars en 1999. (Ces statistiques ne donnent cependant pas un tableau complet, puisqu'elles ne tiennent pas compte d'une grande partie du commerce de transit, surtout en Afrique occidentale, où arrivent des exportations importantes en provenance du Canada via l'Europe. Le commerce de transit n'est évidemment pas inclus dans les statistiques sur les exportations directes). Les exportations canadiennes comprennent à la fois des produits primaires comme le blé et la pâte de bois, et, de plus en plus, des produits manufacturés à forte valeur ajoutée comme les avions et les pièces, la machinerie, les véhicules moteur et le matériel minier. Les termes de l'échange restent favorables à l'Afrique. Le déficit commercial du Canada s'établit à environ 580 millions de dollars, mais exclut les exportations de services et de consultation, qui représentent au moins 500 millions de dollars et réduisent considérablement le déficit total avec l'Afrique subsaharienne.

La Renaissance africaine

Depuis que les réformes macro-économiques et politiques ont commencé à déferler sur le continent à la fin des années 1980 - s'accélérant en 1994 avec l'élection de Nelson Mandela en Afrique du Sud et se renforçant avec la transition vers un gouvernement civil au Nigeria en 1999 - de plus en plus de pays africains ont fait des pas de géant sur le front économique. Cette « Renaissance africaine » est inégale et reste incomplète, mais ses assises sont bien en place.

La « Renaissance africaine » est inégale et reste incomplète, mais ses assises sont bien en place.

Le Botswana, la Namibie et Maurice sont les principaux phares de la Renaissance africaine, en raison de leur performance économique et de leur bonne gouvernance depuis de nombreuses années. Pour les autres pays, des premiers pas solides ont été faits pour privatiser les industries d'État et pour réformer des systèmes réglementaires et fiscaux obscurs. Avec l'appui d'autres initiatives dans les domaines de la libéralisation économique, de la bonne gouvernance, de la transparence, de la discipline budgétaire et monétaire, plusieurs États ont nettement amélioré le climat des affaires dans les années 1990, le Ghana, la Côte-d'Ivoire, le Mali, le Mozambique, le Sénégal, la Tanzanie et l'Ouganda venant en tête de peloton. La vaste majorité des États africains fait également partie de l'Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI), ce qui protège davantage l'investissement étranger. La revitalisation de la Banque africaine de développement et des divers marchés financiers, ainsi que la croissance des mécanismes de financement structuré du secteur privé, ont consolidé le cadre financier.

S'adapter à la concurrence

Jusqu'à récemment, les tendances commerciales en Afrique subsaharienne reflétaient l'histoire coloniale du sous-continent, les sociétés françaises étant surtout actives en Afrique centrale et occidentale, tandis que les entreprises britanniques se concentraient en Afrique orientale et australe. La situation change rapidement. La France resserre actuellement ses relations diplomatiques et commerciales avec des pays hors de sa sphère d'influence, tandis que l'Espagne, les États-Unis, l'Afrique du Sud et d'autres pays poursuivent énergiquement des débouchés commerciaux dans l'ensemble du continent, en s'appuyant souvent sur les percées réalisées par des entrepreneurs nationaux.

Le Canada a peu de grandes entreprises en Afrique. Nous pouvons cependant utiliser notre présence croissante en Afrique du Sud pour pénétrer d'autres régions. En Afrique occidentale et centrale, la capacité des sociétés canadiennes de faire des affaires en français en ferait des partenaires éventuels intéressants pour des entreprises sud-africaines intéressées aux pays francophones. L'Africa Growth Trade and Opportunity Act des États-Unis devrait stimuler l'intérêt des entreprises américaines pour l'Afrique. Les entreprises canadiennes devraient pouvoir en profiter en tirant parti des relations que leur procure l'ALENA pour négocier de nouveaux partenariats avec des entreprises américaines qui développent leurs activités en Afrique.

Débouchés particuliers

A l'instar de grands marchés, les possibilités de faire des affaires sont plus nombreuses dans certains secteurs et dans certaines régions que dans d'autres. Le chapitre 2 et le tableau du chapitre 3 présentent ces marchés africains et ces secteurs prioritaires. Les secteurs prioritaires sont le fruit de l'évaluation collective des délégués commerciaux du Canada en place sur ces marchés, ainsi que des agents commerciaux de la Direction générale de l'Afrique à Ottawa. Des renseignements plus détaillés sur ces marchés se trouvent dans le site Web InfoExport à www.infoexport.gc.ca et dans d'autres sources d'information indiquées au chapitre 5. Pour une liste complète de tous les délégués commerciaux du Canada à l'étranger, y compris ceux en Afrique subsaharienne, les exportateurs devraient télécharger le document Le Service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger - Nos bureaux à l'étranger 1999-2000 à partir du site Web InfoExport à : www.infoexport.gc.ca/directory-f.asp.

Pour une liste complète de tous les délégués commerciaux du Canada à l'étranger, les exportateurs devraient télécharger le document Le Service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger - Nos bureaux à l'étranger 1999-2000 à partir du site Web InfoExport à : www.infoexport.gc.ca/directory-f.asp.

Le Service des délégués commerciaux en Afrique subsaharienne

Le Service des délégués commerciaux du MAECI est l'organisme chargé de la coordination des efforts de promotion du commerce et de développement des échanges internationaux pour les divers ministères et le monde des affaires. Les délégués commerciaux en poste à Ottawa et dans les missions du Canada en Afrique subsaharienne jouent un rôle prépondérant dans l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques commerciales sur leurs marchés respectifs.

Des délégués commerciaux canadiens, des agents commerciaux recrutés sur place et des consuls honoraires couvrent presque toute la région et s'occupent activement de promouvoir les exportations de biens et services canadiens, de faire connaître les débouchés commerciaux internationaux et de promouvoir des co-entreprises et l'investissement.

Le Service des délégués commerciaux est présent dans les pays suivants* :

- Afrique du Sud
- Burkina Faso
- Cameroun
- Côte-d'Ivoire
- Éthiopie
- Gabon
- Ghana
- Guinée
- Kenya
- Mali
- Mozambique
- Niger
- Nigeria
- Sénégal
- Tanzanie
- Zambie
- Zimbabwe

Pour plus de renseignements sur les pays qui ne figurent pas dans cette liste, visitez le site InfoExport www.infoexport.gc.ca Il faut s'inscrire dans la base de données WinExports pour avoir accès aux services du Service des délégués commerciaux : 1-800-551-4946.

**Certains pays n'ont pas de personnel commercial canadien en permanence, tandis que d'autres sont servis uniquement par du personnel à temps partiel. Prévenez le bureau responsable longtemps à l'avance de vos missions de prospection ou de vos besoins concernant des études de marchés.*

Des agents commerciaux à Ottawa peuvent aider les nouveaux exportateurs et les exportateurs chevronnés qui ont étudié et choisi leurs marchés cibles. Leur mandat complète celui de leurs collègues des Centres du commerce international (CCI) établis dans toutes les régions du Canada, et des autres ministères fédéraux et gouvernements provinciaux et territoriaux qui aident les entreprises canadiennes à se préparer pour exporter. Une liste du personnel commercial de la Direction générale de l'Afrique du MAECI se trouve au chapitre 6.

Les six services de base du Service des délégués commerciaux

N'oubliez pas d'informer la mission canadienne de votre visite au moins deux semaines avant votre arrivée. À noter également qu'il n'y a pas de délégué commercial canadien dans tous les pays africains.

Le Service des délégués commerciaux fournit six services de base visant à aider les entreprises canadiennes à pénétrer les marchés étrangers. En Afrique, tous les services mentionnés ici ne sont pas offerts sur tous les marchés :

- *Aperçu du potentiel de marché*
- *Recherche de contacts clés*
- *Renseignements pour les visites*
- *Rencontres personnelles*
- *Information sur les entreprises locales*
- *Dépannage/Défense des intérêts*

2. Une approche stratégique régionale pour l'Afrique subsaharienne

La présente stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne vise notamment à :

- Exportations canadiennes de marchandises vers quelques marché émergent aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence et à profiter au maximum des débouchés en matière de commerce et d'investissement qui existent dans la région;

- concentrer les efforts du Service des délégués commerciaux pour pouvoir saisir les nouvelles possibilités en Afrique;

- montrer comment les sociétés canadiennes peuvent travailler avec le Service des délégués commerciaux et son réseau croissant de partenariats avec d'autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux, avec des associations profession nelles et avec le secteur privé.

À la fin des années 1990, l'Afrique subsaharienne a habituellement dépassé d'autres marchés plus en vue comme l'Inde et la Russie comme grande destination des exportations canadiennes.

À la fin des années 1990, l'Afrique subsaharienne a habituellement dépassé d'autres marchés plus en vue comme l'Inde et la Russie comme grande destination des exportations canadiennes. Le commerce des services ainsi que l'investissement bilatéral sont également en progression constante. L'Afrique subsaharienne reste pourtant une région inconnue pour la plupart des entreprises canadiennes.

Le premier objectif de la présente stratégie commerciale consiste donc à mieux faire connaître l'Afrique aux entreprises canadiennes tournées vers l'étranger et à expliquer la vraie nature des marchés et des débouchés en Afrique. Deuxièmement, des efforts particuliers visent à préparer et à faciliter l'entrée des petites et moyennes entreprises (PME) prêtes à exporter qui ne connaissent pas ces marchés, en les aidant à planifier et à mettre en oeuvre une stratégie d'affaires durable pour l'Afrique, en particulier dans le domaine de l'exportation des marchandises. Troisièmement, la stratégie commerciale reconnaît la nécessité de protéger et de renforcer les réalisations des entreprises canadiennes déjà actives sur ces marchés, face à la concurrence accrue et à l'évolution et à la complexité de la conjoncture commerciale.

Les entreprises elles-mêmes ont contribué à une meilleure compréhension des obstacles au resserrement des liens entre le secteur privé et l'Afrique subsaharienne. Par des contacts informels, des sondages auprès de la clientèle et des rapports officiels comme celui qu'a publié en octobre 1998 le Regroupement des entreprises pour l'Afrique, des irritants particuliers, dont la difficulté d'accéder à un financement suffisant du commerce et de l'investissement, ont été identifiés.

Le commerce et le développement

Des initiatives du gouvernement du Canada autres que le Service des délégués commerciaux et ses efforts particuliers de promotion du commerce appuient elles aussi le développement

à long terme de l'Afrique. Elles vont de l'allégement de la dette et du renforcement de la capacité du secteur public de mieux gouverner, élaborer des politiques et apporter des réformes réglementaires, à l'éducation et au développement des ressources humaines, en passant par la réduction de la pauvreté et le programme de sécurité humaine. L'Agence canadienne de développement international (ACDI) et l'Aide publique au développement resteront des éléments importants de notre relation avec l'Afrique dans un avenir prévisible. Les entreprises canadiennes doivent se tenir informées des occasions d'affaires qui découlent des programmes de l'ACDI en Afrique.

Une approche régionale

L'Afrique subsaharienne compte près de 50 pays, qui représentent le quart des États du monde et regroupent un grand nombre de peuples et de langues, ainsi que différents régimes politiques et tendances économiques. Malgré son immensité, il est possible d'y discerner des similarités à l'intérieur de ses régions, où les États voisins partagent souvent des langues officielles ou commerciales communes, la même tradition juridique et un ou plusieurs secteurs en expansion. Par conséquent, une approche de développement des marchés qui tient compte des différences régionales est tout indiquée d'un point de vue commercial en Afrique.

Récemment, le MAECI a réorganisé et regroupé toutes ses ressources de promotion commerciale pour l'Afrique subsaharienne. Ce nouveau groupe (GGTT) témoigne d'un profond engagement en faveur de la promotion efficace du commerce dans la région.

Une telle approche régionale se recommande également du fait que, pris isolément, beaucoup de pays africains constituent de très petits marchés qui ne sont pas assez intéressants en soi pour susciter un intérêt soutenu de la part des entreprises canadiennes. En outre, les premiers efforts de régionalisation déployés en Afrique appuient une approche régionale face au développement des marchés. Un exemple est l'Afrique occidentale, où le Nigeria et d'autres pays renforcent rapidement les liens intrarégionaux, mettent en place des infrastructures communes de transport et d'énergie, éliminent les droits de douane entre eux et négocient une monnaie commune. Tous ces efforts mènent à un marché régional que les entreprises américaines et européennes ciblent de plus en plus. Les unions monétaires existantes dans trois sous-régions, les négociations en cours qui pourraient mener à une ou deux autres zones monétaires (ex. la Zone de l'Afrique occidentale devrait inclure le Nigeria, le Ghana et les huit membres de l'Union monétaire de l'Afrique occidentale : la Côte-d'Ivoire, le Mali, le Bénin, le Burkina Faso, la Guinée-Bissau, le Sénégal, le Togo, le Niger, qui se sont entendus récemment sur un tarif extérieur commun). Il y a également un mouvement vers la création de zones de libre-échange dans des sous-régions, une intégration accrue des marchés boursiers régionaux et l'amélioration graduelle de l'infrastructure des transports en Afrique.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a reconnu ces tendances récentes et lancé son Plan d'action régional pour l'Afrique australe et orientale (SEARAP) afin de coordonner les activités de promotion et de soutien du commerce entre les organismes fédéraux et provinciaux pertinents au milieu des années 1990. Cette année, ce modèle a été élargi pour inclure l'Afrique occidentale et l'Afrique centrale et devenir le Plan d'action régional pour l'Afrique subsaharienne (SAARAP). Ce plan a mené à la création d'un nouveau service de promotion du commerce (GGTT) chargé de toute cette région.

Objectifs de la stratégie commerciale pour l'Afrique

Le développement et le renforcement du commerce et des relations d'affaires en Afrique présentent des difficultés particulières. Contrairement aux plans commerciaux relatifs aux marchés d'exportation établis, une stratégie commerciale pour l'Afrique constitue un élément intrinsèque des objectifs stratégiques à long terme de la politique étrangère canadienne visant à aider l'Afrique à réduire les niveaux de pauvreté et à s'intégrer à l'économie mondiale. Une Afrique économiquement vigoureuse rehausse le niveau de vie des Africains, réduit les conflits et la migration forcée, et accroît les liens et les débouchés d'affaires entre l'Afrique et le Canada. Les grandes questions comme l'allégement de la dette contribuent grandement à faire de l'Afrique un partenaire commercial plus solide à long terme.

En même temps, cette stratégie commerciale doit tenir compte des difficultés commerciales particulières d'une région économique émergente, dominée par l'Afrique du Sud mais comptant plus de 40 pays moins développés. Elle doit également tenir compte des ressources limitées que le Service des délégués commerciaux peut consacrer à un territoire aussi vaste et diversifié. Enfin, la stratégie commerciale pour l'Afrique doit être sensible à l'évolution des tendances du marché et des besoins des sociétés canadiennes, ce qui suppose un examen et une révision tous les deux ans.

Objectif : Image de marque

L'image de l'Afrique au Canada doit être renforcée. Et il faut profiter davantage de l'image positive du Canada sur tout le continent africain.

Compte tenu de ces facteurs, quatre grands objectifs sont présentés dans la stratégie commerciale pour l'Afrique subsaharienne :

1) Image de marque : Commercialiser l'Afrique et le Canada

Les projecteurs braqués sur les marchés émergents se tournent notamment sur la Chine ou sur l'Amérique latine plutôt que sur l'Afrique. En outre, l'Afrique doit lutter contre une image publique très négative au Canada, des événements comme des guerres, des famines et des inondations portant grandement ombrage à l'ensemble du continent.

Par contre, la bonne réputation du Canada dans toute l'Afrique est assez méconnue des entreprises canadiennes et n'est donc pas exploitée à son maximum. Malgré sa réputation positive comme partenaire du développement dans toute l'Afrique, le Canada, ses entreprises et ses capacités sont souvent éclipsées par de dynamiques entreprises américaines, britanniques, allemandes, japonaises, françaises, italiennes et, de plus en plus, sud-africaines, malaisiennes et chinoises, appuyées par des programmes nationaux et régionaux de commercialisation et de financement de projets (voir l'annexe A).

Il est donc essentiel de rehausser l'image du Canada comme partenaire précieux pour le commerce et l'investissement et de favoriser un appui solide à une coopération économique et commerciale plus étroite avec l'Afrique subsaharienne :

◆ En augmentant la fréquence des visites officielles de dirigeants des principales économies africaines émergentes, ainsi que la présence de dirigeants, de hauts fonctionnaires et de représentants d'affaires canadiens reliés à l'Afrique, grâce à des foires commerciales, à des approches axées sur des secteurs particuliers et des initiatives telles que « Afrique en

direct » (vers le Canada) et Équipe Canada (vers l'Afrique) :

- ❑ Le Service des délégués commerciaux visera à réaliser au moins une mission commerciale sectorielle dirigée par un ministre en Afrique subsaharienne, dans chacun des trois principaux secteurs prioritaires au cours des deux prochaines années;

- ❑ Accroître les missions au Canada de décideurs et de gens d'affaires africains pour faire la démonstration des capacités des entreprises canadiennes et con cevoir des programmes visant à leur présenter des fournisseurs appuyés par du financement à l'exportation.

◆ En suivant de près l'évolution économique en Afrique subsaharienne et en diffusant de l'information et des renseignements commerciaux au milieu des affaires canadien à l'aide de tous les moyens de communication, y compris le Centre des occasions d'affaires internationales, divers mécanismes sur Internet ainsi que les associations professionnelles pertinentes :

L'ACDAAS, le PCI-ACDI et le PDME sont des programmes à l'intention des PME canadiennes qui veulent faire des affaires sur les marchés internationaux.

- ❑ Utiliser de nouvelles méthodes d'analyse, par le Service des délégués commerciaux, des projets proposés par les institutions financières internationales (IFI) et les organismes de développement pour informer les sociétés canadiennes sur les futurs marchés de biens et services, qui représentent plus de 60 p. 100 de la valeur des projets de développement des IFI;

- ❑ Surveiller activement les bureaux d'approvisionnement des groupes industriels dans les centres régionaux (comprenant les trois plaques tournantes régionales : Johannesburg, Abidjan et Nairobi) et informer les fournisseurs canadiens sur les débouchés éventuels.

◆ En contestant, dans la mesure du possible, l'image trop négative de l'Afrique présentée dans les médias afin que les entreprises canadiennes, le milieu financier et les Canadiens en général envisagent sérieusement l'Afrique comme endroit où faire des affaires ou des investissements :

- ❑ Lorsque le temps et les ressources le permettent, les délégués commerciaux peuvent participer à un programme non officiel de sensibilisation et de promotion au Canada, comprenant des discours, des réunions informelles et de l'aide pour que les sociétés qui réussissent déjà en Afrique organisent des missions d'entreprises et de groupes d'investisseurs africains au Canada.

2) Accroître le commerce bilatéral et élargir l'accès aux marchés

Pour atteindre les objectifs du développement socio-économique à long terme et de la réduction de la pauvreté en Afrique - ainsi que ceux de la prospérité canadienne et de la stabilité mondiale - un secteur privé africain dynamique constitue une condition essentielle.

Il faut, pour ce faire, des efforts soutenus de libéralisation mondiale et d'intégration qui tiennent compte des points forts et des faiblesses de l'économie de l'Afrique. L'expansion du commerce, un accès accru aux marchés et le renforcement de la protection des investissements sont avantageux pour toutes les parties et peuvent être obtenus par diverses méthodes :

◆ En axant les initiatives de promotion et de soutien du commerce sur les marchés et les secteurs prioritaires qui correspondent aux points forts du Canada et aux secteurs de croissance de l'Afrique, y compris des études de marché ainsi que des missions et des foires commerciales ciblées, et en accroissant les ressources affectées à l'appui du commerce pour répondre à ces besoins :

- ❑ Le Service des délégués commerciaux accroît son personnel canadien en Afrique subsaharienne de trois personnes en l'an 2000;
- ❑ Un nouvel agent commercial à Lagos, au Nigeria, a été embauché;
- ❑ Un nouveau poste de délégué commercial sera ajouté à la Direction générale de l'Afrique à Ottawa;
- ❑ Dans l'ensemble, le budget pour la promotion du commerce et de l'investissement en Afrique subsaharienne sera accru et de nouvelles ressources financières seront mises à la disposition des bureaux commerciaux en Afrique;
- ❑ Les nouvelles études de marché tiendront compte d'une approche régionale au besoin.

◆ En travaillant avec des États et des représentants commerciaux africains ayant une optique commune, dans le cadre des relations bilatérales et des tribunes multilatérales, pour renforcer la protection des investissements internationaux et des régimes commerciaux et réduire des obstacles particuliers à l'exportation en Afrique;

◆ En favorisant l'investissement direct, les alliances stratégiques et les coentreprises (y compris des transferts de technologie) avantageuses pour toutes les parties dans les domaines où excellent les entreprises canadiennes :

- ❑ Collaborer avec l'Alliance canadienne pour le développement des affaires en Afrique du Sud (ACDAAS) afin de favoriser des coentreprises avantageuses pour toutes les parties et qui peuvent mener à des exportations et à des transferts de technologie en Afrique du Sud. La ACDAAS a également des représentants au Canada, qui peuvent constituer un premier point de contact, ainsi que de bons liens régionaux en Afrique australe;
- ❑ Travailler avec la Direction de la coopération industrielle de l'ACDI (PCI-ACDI) pour accroître le nombre de projets en Afrique et adapter le programme aux initiatives régionales;

Objectif : Accroître les échanges commerciaux.

Les exportations vers l'Afrique subsaharienne ont doublé entre 1994 et 1998. Les ressources consacrées à la promotion commerciale sont redéployées pour profiter de cette dynamique.

- ❑ S'assurer que le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) tient compte des réalités du marché et des frais de prospection plus élevés en Afrique subsaharienne.

◆ En collaborant avec le Bureau de promotion du commerce Canada pour aider les missions diplomatiques africaines, les organismes de promotion de l'investissement et les exportateurs à mieux se faire connaître en Amérique du Nord;

◆ En coordonnant les efforts, favorisant les débouchés en Afrique et échangeant les connaissances avec d'autres ministères et organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux chargés de la promotion du commerce et de l'investissement;

Objectif : Mobiliser le secteur privé

◆ En encourageant activement une stratégie régionale pour les affaires en Afrique qui mise sur les avantages comparatifs naturels du Canada, y compris le bilinguisme et le multiculturalisme :

- ❑ Promouvoir les missions d'entreprises et de délégations commerciales canadiennes dans plusieurs pays africains;

- ❑ Évaluer la possibilité de collaborer avec les États-Unis pour organiser des missions commerciales africaines dans l'Ouest, le Centre et la région de l'Atlantique en Amérique du Nord, de concert avec les organismes gouverne mentaux américains ou le US Corporate Council on Africa, et le personnel du Service des délégués commerciaux à l'étranger;

- ❑ Renforcer les bureaux commerciaux dans les principales plaques tournantes commerciales africaines (Abidjan, Johannesburg et Nairobi) et leur capacité d'appuyer et de coordonner les services commerciaux dans chaque région.

Une association nationale privée pour les affaires en Afrique renforcerait les liens commerciaux. Elle pourrait également trouver des façons de combler l'écart de financement qui désavantage les entreprises canadiennes par rapport à leurs concurrents oeuvrant dans les pays en développement.

À ces grands objectifs de la stratégie commerciale reliés aux exportations et aux coentreprises s'ajoutent les aperçus régionaux et sectoriels qui suivent, dans les chapitres 3 et 4, afin d'optimiser les capacités canadiennes dans quelques secteurs économiques prioritaires de l'Afrique subsaharienne.

3) Mobiliser le secteur privé

L'Afrique a besoin d'une forte représentation du secteur privé national au Canada, semblable à celle qui existe déjà pour d'autres régions (p. ex. le Conseil commercial Canada-Chine). Une telle tribune permettra aux entreprises d'apprendre de d'autres entreprises qui réussissent comment faire des affaires en Afrique, quels services et programmes sont offerts, etc. Le gouvernement y trouvera un point de contact principal pour les questions relatives au commerce et au secteur privé en Afrique. Suivant l'exemple de nombreuses entreprises québécoises actives en Afrique, il est possible de poursuivre cet objectif :

◆ En encourageant l'idée d'une organisation nationale privée qui deviendrait le pivot de la promotion du commerce avec l'Afrique, de la sensibilisation, de la coopération et de l'assistance aux divers groupes régionaux pour que leurs activités soient coordonnées au niveau

national;

- ❑ Le MAECI consacrera jusqu'à 50 000 $ à des projets soumis par des associations d'affaires Canada-Afrique, surtout ceux qui ont une orientation nationale.

Les coentreprises et l'investissement direct étranger (IDE) en Afrique font augmenter les exportations canadiennes et les débouchés d'affaires pour les entreprises canadiennes. L'IDE joue également un rôle important dans le développement et la réduction de la pauvreté en Afrique. C'est pour cette raison que la plupart des pays cherchent activement ce type d'investissement. Un grand objectif de la stratégie commerciale consiste à sensibiliser davantage les sociétés canadiennes à l'accès à l'investissement et au financement, surtout à l'appui d'une prise de participation dans des projets économiquement viables. Une partie de la stratégie consiste à s'assurer que les entreprises canadiennes connaissent le financement de projets accordé par les institutions financières internationales (IFI) et que **plus** d'entreprises canadiennes **soumissionnent plus souvent** pour participer à ces projets.

Les banques commerciales canadiennes prêtent rarement pour réaliser des projets en Afrique. Tant que ce continent sera perçu comme une poudrière politique où l'économie est entravée, l'absence d'un grand réservoir national de capitaux d'investissement limitera la capacité des entreprises canadiennes de poursuivre toutes les possibilités liées aux secteurs d'avant-poste et à la privatisation qu'offre l'Afrique contemporaine. Les sociétés canadiennes, et tout particulièrement les PME, ont besoin d'aide pour trouver et mobiliser les sources pertinentes de financement et d'investissement leur permettant de rester actives en Afrique.

Les sociétés canadiennes, et tout particulièrement les PME, ont besoin d'aide pour trouver et mobiliser les sources pertinentes de financement et d'investissement leur permettant de rester actives en Afrique.

L'Afrique présente des difficultés particulières à cet égard, puisque ses secteurs privé et public n'ont pas toujours les ressources financières internes nécessaires, sans la participation des IFI ou des institutions de développement.

Comme d'autres régions en développement, l'Afrique souffre souvent d'une pénurie de capitaux d'investissement, étant donné que son éloignement relatif des grands marchés financiers et l'impression de risque accru rendent les projets en Afrique moins intéressants que les projets dans les pays développés. En outre, bien que la plupart des projets africains soient très rentables, ceux qui sont fortement axés sur le développement procurent souvent un faible taux de rendement réel. Il n'est pas possible de trouver le financement de ces investissements « inférieurs au marché » auprès des institutions de prêt commerciales normales, comme les banques commerciales. Les prêts et les capitaux propres pour ces projets proviennent principalement des IFI et des institutions financières de développement. Étant donné qu'il n'y a pas d'institution financière de développement canadienne à l'heure actuelle, les exportateurs canadiens doivent compter sur les institutions étrangères.

En Afrique subsaharienne, le Service des délégués commerciaux peut apporter une aide :

- ◆ En appuyant les efforts des entreprises canadiennes pour prendre de l'expansion et accentuer leur présence sur le marché grâce à des investissements en Afrique subsaharienne, surtout par des coentreprises avec des partenaires qui ont accès à d'autres sources de financement;

- ◆ En mettant en place et en offrant des mécanismes adaptés aux besoins de finance-

ment des PME canadiennes, ce qui favorisera une pénétration accrue en Afrique subsaharienne par les petites entreprises et les entreprises spécialisées prêtes à exporter sur ces marchés (une liste des sources de financement privées se trouve à l'annexe A, y compris des indications sur la pertinence de chacune pour les PME);

- En surveillant et en optimisant les avantages économiques des activités dans d'autres secteurs, y compris les banques de développement multilatérales (surtout la Banque africaine de développement (BAD) et les grandes places financières des IFI comme Londres, Paris et Washington), les projets canadiens bilatéraux d'aide au développement ou les liens avec les gouvernements provinciaux et municipaux;

- En trouvant des façons de transférer les connaissances sur le marché africain aux entreprises qui arrivent sur ce marché. Un exemple pourrait être des séminaires comme ceux de la BAD et de la Banque mondiale où les entreprises qui réussissent en Afrique peuvent décrire leurs pratiques fructueuses aux soumissionnaires éventuels. Cette approche pourrait convenir tout particulièrement aux PME et aux maisons de commerce;

Objectif : Intégrer l'Afrique dans la nouvelle économie

- En conseillant les exportateurs canadiens sur les sources de capitaux existantes.

4) Intégrer l'Afrique dans la nouvelle économie

Le rôle de chef de file que joue le Canada dans la « nouvelle économie » peut exercer une influence positive sur ses relations commerciales futures avec l'Afrique subsaharienne.

« La révolution numérique a déclenché une vague sans précédent de changements technologiques. Utilisée sagement, elle peut améliorer nos chances d'éradiquer la pauvreté », soutient Kofi Annan, secrétaire général des Nations Unies. Le Canada est un chef de file mondial des technologies qui sont les assises de la nouvelle économie électronique du savoir de l'Afrique subsaharienne ainsi que de leurs applications. D'ailleurs, par habitant, le Canada devance les États-Unis du point de vue de la pénétration d'Internet dans les foyers et de l'utilisation de nombreuses fonctions du commerce électronique par les consommateurs. Étant donné que l'Afrique est relativement peu branchée mais disposée à faire des pas de géant pour adopter des technologies qui comblent un grand nombre des lacunes fondamentales de l'infrastructure des télécommunications et des TI, elle constitue un marché et un partenaire de choix pour le Canada. Notre objectif devrait consister à favoriser la participation à part entière de l'Afrique dans la nouvelle économie et sa propre révolution numérique :

- En développant un réseau complet de ressources en direct et d'applications du commerce électronique dans les missions canadiennes en Afrique afin de montrer que le Canada est à l'avant-garde mais aussi de faire ressortir les débouchés qui se présentent en Afrique à mesure qu'ils surgissent;

- En travaillant avec les associations professionnelles, les entrepreneurs, les sociétés de capital-risque et les établissements de formation pertinents au Canada pour renforcer la capacité de l'Afrique d'intégrer et d'utiliser cette technologie;

- En encourageant un programme d'éducation et de sensibilisation en Afrique, en établissant au départ un groupe de travail Savoir 2000, afin de coordonner les initiatives du gouvernement et de l'industrie en Afrique du Sud et de promouvoir les activités créatrices de richesse dans les domaines de l'éducation et de la formation en Afrique :

- ❑ Un Centre canadien de l'apprentissage pourrait être créé dans le cadre du suivi stratégique de la mission éducative et technologique organisée en mars 2000 en Afrique du Sud. La visite d'une mission au Canada est également à l'étude.

- ❑ À long terme, une mission éducative et technologique pourrait être organisée en Afrique occidentale.

◆ En établissant des liens directs par Internet avec les universités et les collèges du Canada dans toutes nos missions en Afrique.

Ensemble, ces quatre grands objectifs ou thèmes vont au-delà de ce qu'on entend habituellement par « développement du commerce ». Mais le développement du commerce avec l'Afrique exigera des mesures inhabituelles, jusqu'à ce que la plus grande partie du continent croisse rapidement et que les milieux d'affaires canadiens prennent l'habitude de considérer l'Afrique comme un de leurs marchés normaux d'exportation ou d'investissement.

3. Dynamique du marché régional

Principales économies : Afrique du Sud et Nigeria

L'Afrique subsaharienne compte deux grandes économies, l'une réelle, l'autre potentielle. L'Afrique du Sud est certainement l'économie dominante de l'Afrique, avec un PIB de plus de 130 milliards de dollars US et des secteurs manufacturier et financier bien développés. Le Nigeria, avec ses 110 millions d'habitants, ses vastes réserves pétrolières, sa transition démocratique et sa restructuration économique, pourrait enfin devenir un moteur de la croissance de l'Afrique occidentale d'ici trois à cinq ans.

APERÇU DE L'ÉCONOMIE DE L'AFRIQUE DU SUD

Population : 43 millions d'habitants
Taux d'alphabétisation : 82 p. 100
(67 p. 100 pour les Africains)
PIB : 130 milliards de dollars US
Croissance prévue du PIB en l'an 2000 : 3,5 p. 100

Structure de l'économie (pourcentage du PIB en 1998) :
Agriculture 4,5 p. 100
Fabrication 24 p. 100
Autres industries 15 p. 100 (comprend les mines 8 p. 100)
Services 56 p. 100

Nota : Bien que le secteur minier ne domine plus l'économie nationale sud-africaine comme il l'a déjà fait, ce secteur et ses industries connexes représentent encore une grande proportion de l'emploi officiel et des recettes d'exportation. À elles seules, les exportations d'or représentent près de 20 p. 100 des recettes d'exportation.

L'Afrique du Sud est le seul marché de l'Afrique subsaharienne qui a droit à un chapitre dans Ouverture sur le monde : Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux 2000, qui se trouve à: *http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/doorsworld/menu-f.asp*

L'Afrique du Sud reste le principal partenaire commercial du Canada dans l'Afrique subsaharienne. En 1999, la valeur totale des exportations canadiennes de marchandises dirigées vers ce marché atteignait 235 millions de dollars, soit 24,2 p. 100 de moins qu'en 1998. Le Canada accorde le bénéfice du tarif de préférence général à l'Afrique du Sud depuis 1994. En 1999, la valeur des importations canadiennes provenant de l'Afrique du Sud s'élevait à 487 millions de

dollars, soit une diminution de 5,2 p. 100 par rapport à 1998. L'investissement bilatéral demeure modeste, mais les investissements canadiens directs en Afrique du Sud ont quand même totalisé plus de 400 millions de dollars en 1998, augmentant de 520 millions de dollars dans les neuf premiers mois de 1999. L'investissement à l'intérieur du pays par l'Afrique du Sud a aussi augmenté ces derniers mois pour atteindre plus de 350 millions de dollars, dont la plupart dans les opérations minières.

L'entente de coopération en matière de commerce et d'investissement (ECCI) conclue en septembre 1998 prévoit un cadre pour élargir le dialogue en matière de commerce et d'investissement, sur les plans bilatéral et multilatéral. Elle établit un groupe consultatif, composé de hauts fonctionnaires, qui se réunira une fois tous les 18 mois. Ce groupe consultatif examinera les occasions de commerce et d'investissement et s'attaquera aux obstacles enfreignant l'accès aux marchés que peuvent rencontrer l'un ou l'autre pays. L'ECCI établit également un cadre pour favoriser la formation des spécialistes en politique commerciale de l'Afrique du Sud. Avec les négociations de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) qui aboutissent dans les domaines de l'agriculture et des services, et étant donné les discussions sur le commerce en cours entre l'Afrique du Sud et l'UE (Union européenne) et les voisins de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe, les consultations dans le cadre de l'ECCI offriront un forum qui améliorera notre coopération sur les questions de commerce multilatéral et permettra d'obtenir des renseignements inédits sur les développements qui peuvent toucher les intérêts canadiens en matière de commerce et d'investissement en Afrique du Sud.

Le Canada a également signé un accord de promotion et de protection de l'investissement étranger avec l'Afrique du Sud. Des discussions relatives à l'entrée en vigueur de cet accord sont en cours.

Afrique du Sud — Porte d'entrée de l'Afrique subsaharienne

Comptant à peine 5 p. 100 de la population du continent africain, l'Afrique du Sud représente 40 p. 100 de la production industrielle de l'Afrique, 25 p. 100 de son PIB, plus de 50 p. 100 de sa production d'électricité, 45 p. 100 de la production minérale et 40 p. 100 de ses lignes téléphoniques. Cette domination économique, conjuguée à une culture des affaires solidement implantée et à l'excellence de l'infrastructure physique et financière, explique pourquoi les entreprises étrangères se servent de l'Afrique du Sud comme porte d'entrée de l'Afrique.

Étant donné l'importance du marché sud-africain et de son infrastructure de calibre mondial, le Canada a établi son seul bureau commercial indépendant en Afrique dans le centre commercial dynamique de Johannesburg. Le Bureau du commerce du Haut-Commissariat

du Canada est chargé de l'Afrique du Sud (et des pays voisins : Lesotho, Maurice, Namibie et Swaziland), mais il est en train de devenir une plaque tournante pour les entreprises canadiennes qui oeuvrent dans d'autres régions de l'Afrique subsaharienne pour trois grandes raisons :

- Pour de nombreuses entreprises, l'Afrique du Sud constitue en soi un tremplin vers l'Afrique subsaharienne;

- Les entreprises sud-africaines font de bons partenaires pour le commerce dans d'autres régions de l'Afrique, notamment dans l'Afrique occidentale francophone, où les entreprises canadiennes et sud-africaines peuvent unir leurs forces et miser sur les atouts de la connaissance du français et des marchés, ainsi que du financement du commerce sud-africain;

- L'Afrique du Sud possède une masse critique d'institutions bancaires, d'IFI, et d'institutions de développement qui offrent du financement pour des projets en Afrique.

L'Afrique du Sud et le Nigeria sont les deux principaux partenaires commerciaux du Canada en Afrique subsaharienne, mais le commerce y est très différent. Le Nigeria ne se compare pas encore à l'Afrique du Sud comme marché d'exportation, mais la situation pourrait bien changer d'ici quelques années, car l'économie Nigeriane est en train de se restructurer et de se revitaliser, et la confiance revient dans ses systèmes commerciaux et financiers.

Régionalisation des marchés

L'Afrique du Sud étant à la fois une destination et une porte d'entrée vers l'Afrique et le Nigeria pouvant jouer le même rôle en Afrique occidentale, ces deux pays illustrent les efforts positifs de régionalisation en cours dans toute l'Afrique subsaharienne. Après de nombreux faux départs entre les années 1960 et 1990, et en dépit des tensions régionales actuelles au sein de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe (SADC) liées au conflit en République démocratique du Congo, l'élan a été donné pour renforcer les liens régionaux. Il y a des plans pour créer des zones de libre-échange dans la SADC, la Coopération est-africaine (EAC) et le Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA) — ce dernier ayant lancé sur son site Web le compte à rebours pour sa zone de libre-échange, qui devrait entrer en vigueur en octobre 2000. D'autres plans visent à élargir les unions monétaires existantes en Afrique occidentale pour resserrer la coopération fonctionnelle dans des domaines comme l'électricité, l'eau, les marchés financiers et la sécurité alimentaire. La régionalisation, soutient-on, pourrait être une première étape pour les économies qui se libéralisent et se renforcent, mais qui ne sont pas consolidées suffisamment pour pouvoir affronter les vents de la mondialisation.

Il y a des plans pour créer des zones de libre-échange dans la SADC, la EAC et COMESA — ce dernier ayant lancé sur son site Web le compte à rebours pour sa zone de libre-échange, qui devrait entrer en vigueur en octobre 2000.

Afrique occidentale - S'étendant du Sénégal à l'ouest jusqu'au Nigeria à l'est, l'Afrique occidentale compte plus de 200 millions d'habitants dans 15 pays et, comme nous l'avons déjà indiqué, elle s'organise de plus en plus dans une perspective régionale. Le Nigeria est l'économie dominante de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), mais la Côte-d'Ivoire, le Ghana et le Sénégal ont mieux géré leur économie et affiché une croissance économique plus forte ces dernières années. Le Mali, le Niger et le Burkina Faso ont suscité un intérêt considérable parmi les sociétés minières canadiennes; ils ont amélioré leur structure réglementaire et leur climat des affaires et présentent également

des débouchés intéressants hors du secteur minier.

Afrique centrale - Un petit nombre de pays plutôt petits réunis par une tradition française commune et possédant d'énormes ressources naturelles forment l'Afrique centrale. Le Cameroun, le Tchad, la République centrafricaine, le Gabon, le Congo, la République démocratique du Congo et la Guinée équatoriale présentent des débouchés variés, mais surtout dans les secteurs de l'exploration et de la mise en valeur du pétrole et du gaz - certaines entreprises canadiennes travaillant déjà au projet de pipeline entre le Tchad et le Cameroun financé par la Banque mondiale - et dans le secteur minier. Le Cameroun est le principal centre économique de cette région qui compte près de 80 millions d'habitants, tout au moins tant que durera le conflit en République démocratique du Congo.

Afrique australe et orientale - Depuis le Kenya et l'Ouganda au nord jusqu'à l'Afrique du Sud au sud et l'Angola à l'ouest, cette immense région est constituée en réalité de plusieurs sous-régions, organisations internationales et initiatives de régionalisation qui se chevauchent. Ainsi la Coopération est-africaine unit l'Ouganda, la Tanzanie et le Kenya, mais ces trois pays sont également membres du COMESA et la Tanzanie est aussi membre de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe. Ces trois organisations préconisent divers programmes d'intégration économique prévoyant une monnaie commune, le libre-échange, des tarifs douaniers communs, etc. Mais pour la première fois depuis 30 ans, les efforts régionaux progressent et pourraient créer d'ici dix ans un bloc commercial régional coordonné comprenant l'Afrique du Sud et un groupe de « lions africains » qui représentent plus de 200 millions d'habitants, une classe moyenne grandissante et des occasions d'exportation énormes.

4. Afrique subsaharienne - Analyse sectorielle par pays

Potentiel commercial de quelques pays

E : élevé, M : moyen, F : faible

Pays	Potentiel commercial par secteur	Mines	Pétrole et gaz	Énergie	Télécommunications	Transports	Services	Produits forestiers	Logement et matériaux de construction	Agriculture	Environnement	Technologies de l'information
Angola		M	E	M	M	M	F	F	M	M	M	M
Botswana		E	F	E	E	E	E	F	M	M	F	E
Burkina Faso		M	F	E	E	M	E	F	M	E	F	E
Cameroun		E	M	E	F	E	E	E	E	M	M	E
Congo (RDC)		E	M	E	M	M	E	E	E	E	E	E
Côte-d'Ivoire		E	E	E	M	E	E	M	M	E	E	E
Ethiopie		M	F	M	M	M	F	F	M	M	M	M
Gabon		M	M	E	M	M	E	E	F	F	M	E
Ghana		E	F	E	E	E	E	F	E	F	F	E
Kenya		F	F	E	E	E	E	F	E	M	E	E
Mali		E	F	E	E	E	E	F	E	E	E	F
Niger		E	F	E	E	E	E	F	M	M	M	E
Nigeria		F	E	E	E	E	E	F	E	E	M	E
Maurice		F	F	F	E	M	M	F	M	M	M	M
Mozambique		E	M	E	E	E	M	M	E	E	M	E
Namibie		E	F	E	E	E	M	F	F	F	F	M
Sénégal		M	M	E	E	E	E	F	E	M	E	E
Afrique du Sud		E	F	E	E	E	E	F	E	M	M	E
Soudan		F	M	M	M	F	F	F	M	F	F	M
Tanzanie		E	M	E	E	M	M	F	E	F	M	E
Ouganda		F	F	E	E	E	M	F	M	E	M	M
Zambie		M	F	M	M	M	F	F	M	M	F	M
Zimbabwe		E	F	E	E	E	M	M	E	E	M	E

5. AFRIQUE 2015 : Cap sur les débouchés émergents

Réduire de moitié la pauvreté d'ici 2015

L'année 2015 a un sens spécial pour de nombreux pays pauvres. Les Nations Unies ont choisi 2015 comme date cible pour la réalisation d'objectifs très ambitieux : réduire de moitié le pourcentage de la population mondiale qui vit dans la pauvreté extrême, freiner et renverser la propagation du sida, s'assurer que tous les enfants terminent des études primaires et éliminer l'écart entre les garçons et les filles à tous les niveaux d'éducation.

Les Nations Unies ont fixé comme objectif de réduire la pauvreté de moitié d'ici 2015.

De nombreux pays africains ont pris ce projet à coeur et lancé des plans comme « Vision 2020 » au Ghana, qui se fixent des objectifs parallèles au niveau national. D'ici une décennie ou deux, en extrapolant les tendances économiques positives actuelles, certaines régions de l'Afrique auront affiché une croissance considérable et investi massivement dans les secteurs fondamentaux pour le développement durable et la réduction de la pauvreté. Cela veut dire que les débouchés extrêmement intéressants reliés à l'infrastructure, à la privatisation et aux services publics qui existent actuellement ou qui se présenteront d'ici quelques années auront disparu dans une décennie environ.

Envisageant l'avenir avec optimisme, on peut prévoir que la paix durable dans des régions comme l'Angola, la République démocratique du Congo, l'Érythrée-Éthiopie et la Sierra Leone accroîtront considérablement les occasions d'affaires. Tous ces pays possèdent les ressources naturelles nécessaires pour appuyer le développement économique et la diversification. À la fin des conflits, les réfugiés et les émigrants pourront rentrer chez eux, ramenant avec eux les compétences et les capitaux nécessaires pour rebâtir leur économie. Les zones d'instabilité frontalière disparaîtront et les ressources productives pourront être consacrées à l'économie au lieu des objectifs militaires.

Considérons ce fait : l'Angola a maintenu une très forte croissance économique malgré la reprise récente de la guerre civile. Si la paix s'installait pour de bon, ce pays riche en pétrole, en diamants et en produits agricoles pourrait devenir une puissance économique et le grenier de la région. Les entreprises canadiennes doivent rester à l'affût de l'évolution économique et politique en Afrique dans les années qui viennent, lorsque les conflits diminueront et feront place aux occasions d'affaires.

Secteurs émergents de la prochaine décennie

1) Éducation - Les dépenses sociales consacrées à l'éducation en Afrique subissent des pressions financières depuis de nombreuses décennies, mais il est reconnu que le développement du capital humain est essentiel pour assurer une intégration réussie dans l'économie mondiale. De nouvelles initiatives liées à un accès accru à l'éducation de base et technique - surtout au moyen de nouvelles technologies - créeront des occasions d'affaires pour les établissements d'enseignement, les fournisseurs de technologies, en particulier dans les domaines des communications sans fil (voix et données), les créateurs de didacticiels ou de logiciels et

les spécialistes de l'éducation à distance du Canada.

2) Culture - Les exportations et les liens culturels avec l'Afrique sont déjà une réalité. Il n'est pas rare de voir des émissions canadiennes doublées dans des langues africaines dans certaines régions de l'Afrique. Étant donné le faible taux de pénétration de la télévision, et les taux encore plus bas de pénétration des ordinateurs et de l'Internet, il y aura une croissance considérable des médias, les consommateurs africains exigeant un choix accru et amélioré de produits culturels importés, notamment de musique et de livres.

3) Tourisme - Secteur déjà important de l'économie de nombreux États africains, le tourisme est encore capable de créer plus d'emplois et d'attirer plus de visiteurs de façon continue. Les débouchés vont des produits et services de transport - y compris les services de modernisation des aéroports et de gestion des transporteurs aériens - de la construction et de la gestion des ressources naturelles jusqu'aux investissements dans l'industrie hôtelière et la fourniture de systèmes de télécommunications et de TI de calibre mondial.

Secteur déjà important de l'économie de nombreux États africains, le tourisme est encore capable de créer plus d'emplois et d'attirer plus de visiteurs de façon continue.

5. Contacts et ressources

Commerce avec l'Afrique subsaharienne (GGTT) - Ottawa

COMMERCE AVEC L'AFRIQUE SUBSAHARIENNE (GGTT) - OTTAWA

Commerce avec l'Afrique subsaharienne (GGTT)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Télécopieur (613) 944-7437

FARRELL, Robert - directeur adjoint **(613) 944-8133**
courriel : robert.farrell@dfait-maeci.gc.ca

Robinson, Noreen - commis - Relations commerciales **(613) 944-6589**
courriel : noreen.robinson@dfait-maeci.gc.ca

Weinstein, Ted - délégué commercial **(613) 944-6586**
Angola, Comores, Djibouti, Érythrée, Éthiopie,
Kenya, Madagascar, Malawi, Mozambique, Ouganda,
Seychelles, Somalie, Soudan, Tanzanie, Zambie, Zimbabwe
courriel : ted.weinstein@dfait-maeci.gc.ca

Vézina, Daniel - délégué commercial **(613) 944-8134**
Afrique du Sud, Botswana, Lesotho, Maurice, Namibie, Swaziland
courriel : daniel.vezina@dfait-maeci.gc.ca

Poste vacant - délégué commercial **(613) 944-6575**
Ghana, Nigeria
courriel : robert.farrell@dfait-maeci.gc.ca

Gagnon, Paul-André - délégué commercial **(613) 944-0396**
Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun,
Congo (République démocratique), Congo (République),
Côte-d'Ivoire, Gabon, Gambie, Guinée, Guinée-Bissau,
Libéria, Mali, Niger, République centrafricaine,
Rwanda, Sénégal, Sierra Leone, Tchad, Togo
courriel : paul-andre.gagnon@dfait-maeci.gc.ca

Sites Web des gouvernements et des IFI

Page du MAECI sur l'Afrique	www.dfait-maeci.ca/africa
InfoExport - Service des délégués commerciaux	www.infoexport.gc.ca
Centre des occasions d'affaires internationales (COAI)	www.iboc.gc.ca
ACDI	www.acdi-cida.gc.ca
PCI de l'ACDI	www.acdi-cida.gc.ca/pci
MERX - Service d'appels d'offres	www.merx.cebra.com
Industrie Canada	www.strategis.gc.ca
Banque africaine de développement	www.afdb.org
IPANet (renseignements sur la privatisation fournis par l'AMGI)	www.ipanet.net
Société financière internationale (SFI)	www.ifc.org

Sites Web des gouvernements et des IFI

Sites de nouvelles et d'information sur les affaires

Mbendi Information for Africa	www.mbendi.co.za
Jeune Afrique	www.jeuneafrique.com
Strategies	www.scorpian-strategies.com
Africa News Online	www.africanews.org
New Africa	www.newafrica.com/economy
Zone Franc — Site Web de l'Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA)	www.izf.net

Sites de nouvelles et d'information sur les affaires

Acronymes : glossaire

ACDAAS	Alliance canadienne pour le développement des affaires en Afrique du Sud
ACDI	Agence canadienne de développement international
AMGI	Agence multilatérale de garantie des investissements (Banque Mondiale)
BAD	Banque africaine de développement
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
EAC	Coopération de l'Afrique orientale (Kenya, Tanzanie, Ouganda)
ECCI	L'entente de coopération en matière de commerce et d'investissement
FMI	Fonds monétaire international
IDE	L'investissement direct étranger
IFI	Institutions financières internationales
MAECI	Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
OCDE	Organisation pour la coopération et le développement économiques
OMC	Organisation mondiale du commerce (anciennement GATT)
PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petites et moyennes entreprises
SADC	Communauté pour le développement de l'Afrique australe
SEE	Société pour l'expansion des exportations

Annexe A - Les entreprises canadiennes et leur accès à des sources de financement privées en Afrique

Le tableau qui suit sur les sources de financement privées pour la réalisation de projets fait ressortir l'absence presque complète de services canadiens faciles à obtenir en matière de capital ou d'appui au capital. Sans accès à un fonds de capital exploité au Canada, la seule source de financement de projets dans les pays émergents reste les fonds visant principalement à appuyer des entreprises d'autres pays. Ces entreprises étrangères sont habituellement plus grosses que les entreprises canadiennes normalement intéressées à faire des affaires en Afrique.

Les entreprises canadiennes qui ciblent l'Afrique sont surtout des PME. Le tableau ci-dessous montre le faible niveau de financement axé sur les PME, ainsi que les difficultés des PME à élaborer et à de mener à terme des projets en faisant appel uniquement aux sources existantes. Pour les raisons indiquées ci-dessus, il faut développer des sources canadiennes de financement pour obtenir une participation accrue du secteur privé canadien en Afrique.

Même si aucun effort n'a été ménagé pour assurer l'exactitude de cette information (mars 2000), le secteur du financement change rapidement et l'information devrait servir de guide pour effectuer d'autres recherches.

Nom du fonds/institution	***Portée géographique***	***Accès pour les PME***	***Type de services***
Banque ouest-africaine de développement (BOAD)	Bureaux régionaux à Lomé, au Togo, et antennes nationales dans chaque pays membre	*Moyen* Prêts en francs de la Communauté financière africaine (CFA) seulement, ce qui élimine les risques de change	Prêts à moyen et à long terme, participation au capital
Development Bank of Southern Africa	Siège social à Johannesburg, envisage des projets en Afrique australe	*Très limité*	Prêts à moyen et à long terme et participation au capital
Banque de la Zone d'échanges préférentiels (COMESA) (Marché commun de l'Afrique australe et orientale)	Quinze membres du COMESA sont membres plus la BAD. Établie à Nairobi	*Inconnu*	Prêts directs, prise de participation (rare), et mécanismes de financement de la dette éventuelle

Annexe A - Les entreprises canadiennes et leur accès à des sources de financement privées en Afrique

Nom du fonds/institution	*Portée géographique*	*Accès pour les PME*	*Type de services*
Financement direct de projets par des institutions multilatérales			
Société financière internationale (IFC) www.ifc.org www.ifc.org/abn Organisme le plus ancien d'investissement étranger direct dans les pays en développement. Suit les règles établies pour les IFI en matière d'exigences environnementales et sociales. Sa contribution ne dépasse pas dans certains cas 100 000 $US. Approbation sur place des projets dont le coût total ne dépasse pas 5 millions $US. Participation maximum de 25 p. 100.	Toute l'Afrique. Représentation régionale en Côte-d'Ivoire, au Cameroun, en Afrique du Sud, au Nigeria. Bureaux locaux au Ghana, au Sénégal.	*Moyen.* Les PME peuvent avoir du mal à fournir les renseignements détaillés exigés par la SFI.	Prise de participation dans les projets, prêts, financement par actions, prise de participation, garanties, consortiums, risques de change, placements et services consultatifs
Banque africaine de développement (BAD) Service du secteur privé www.afdb.org	Toute l'Afrique, y compris l'Afrique du Nord, à partir de son siège social en Côte-d'Ivoire.	*Limité.* Les délais peuvent causer des problèmes de gestion et d'exploitation aux PME	Prêts à terme, prise de participation, quasi-capital, garanties, financement en consortiums, émissions d'actions à prix garanti
Commonwealth Development Corporation www.cdc.co.uk	Toute l'Afrique. Bureaux régionaux en Côte-d'Ivoire, au Kenya.	*Limité.* Appuie normalement des projets de 5 à 50 millions $US, par une participation pouvant aller jusqu'à 25 p. 100. Intéressée à aider les entreprises canadiennes, y compris les PME, à entrer sur des marchés émergents, en particulier dans les secteurs forestier et minier.	Prise de participation et quasi-capital.
Netherlands Development Finance Corporation (FMO)	Pays en développement	*Inconnu*	Prêts (90 p. 100), prise de participation, garanties, administration de programmes commerciaux liés au développement des affaires

Nom du fonds/institution	*Portée géographique*	*Accès pour les PME*	*Type de services*
Fonds d'investissement (existants ou en cours d'élaboration)			
Framlington Asset Management (R.U.) www.framlington.com www.framlington.co.uk West Africa Growth Fund, établi à Abidjan	Bureaux régionaux à Abidjan et au Caire. Siège social à Londres	*Moyen* Investit normalement dans des projets d'expansion et non dans des installations entièrement nouvelles.	Investit dans des entreprises privées et semi-privées grâce à des prises de participation, du quasi-capital. La SFI, la Banque mondiale et le Fonds africain de développement (FAD) y participent.
AIG African Infrastructure Fund	Établi à Washington	*Inconnu*	À déterminer
The Southern Africa Infrastructure Fund	Établi à Washington avec des bureaux à Johannesburg.	*Inconnu*	À déterminer; cofinancé par la BAD
Modern Africa Growth and Investment Company (MAGIC)	Siège social à Abidjan	*Ne convient pas*	Fonds d'investissement direct dans les capitaux propres
Southern Africa Enterprise Fund	Établi à Johannesburg. Couvre toute l'Afrique australe	*Inconnu*	
FAGACE (Fonds africain de garantie et de coopération économique)	Établi à Niamey au Niger. Couvre le Niger, le Burkina Faso, la République centrafricaine, la Côte-d'Ivoire, le Rwanda, le Sénégal, le Togo et le Mali.	*Les PME sont visées, surtout pour les biens et services.*	Participation au capital d'entités locales et régionales
Banques commerciales			
HSBC	Toute l'Afrique par des bureaux de représentation	*Inconnu*	Consortiums
COBACI (ex Barclay Bank)	Siège régional à Abidjan	*Moyen*	Financement du commerce extérieur et participation au capital. La SFI est actionnaire.
Ecobank	Plus grand réseau en Afrique occidentale	*Bon*	Surtout du financement du commerce extérieur. Intérêt limité pour le financement de projets.
La Standard Chartered Bank et ABN AMRO sont d'autres exemples.			

Nom du fonds/institution	Portée géographique	Accès pour les PME	Type de services
Garanties			
Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI) www.miga.org www.ipanet.net www.privatizationlink.com	Siège social à Washington, avec des bureaux régionaux à Lomé, au Togo, et ailleurs.	*Bon*	Garanties contre les risques politiques liés aux transferts de fonds à l'expropriation, aux ruptures de contrat, aux conflits armés et civils
FAGACE	Établi à Niamey, au Niger, couvre le Niger, le Burkina Faso, la République centrafricaine, la Côte-d'Ivoire, le Rwanda, le Sénégal, le Togo et le Mali.	*Inconnu*	Garanties à moyen et à long terme, bonification d'intérêts pour abaisser les coûts du crédit
GARI (fait partie de la Banque ouest-africaine de développement).	Établi à Lomé, au Togo	*Inconnu*	Semblable à l'AMGI
Société pour l'expansion des exportations (SEE) www.edc-see.ca	Ottawa, Canada, avec des bureaux régionaux	A une équipe spécialisée pour les PME.	Semblable à l'AMGI, plus financement du commerce extérieur, etc.
Credit Guarantee Insurance Corporation of South Africa	Établie à Johannesburg	*Inconnu*	Semblable à l'AMGI
Services Connexes			
Africa Project Development Facility	Établi à Washington, avec des bureaux à Abidjan, Nairobi, Johannesburg et Harare.	*Bon*	Fournit des services d'élaboration de plans d'affaires, depuis les premières étapes jusqu'à la présentation aux organismes de financement.
Programme de coopération industrielle de l'ACDI PCI-ACDI	Hull, Québec	Pour les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 1 million de dollars par année.	Finance diverses dépenses de formation et de coentreprises, sauf la participation directe au capital ou d'autres formes de participation.
Africa Management Services Company (AMSCO) www.icds-amsco.com	Toute l'Afrique Établie à Amsterdam, avec des bureaux régionaux au Ghana, à Abidjan, au Zimbabwe.	*Bon*	Formation de gestionnaires locaux, les gestionnaires étrangers sont exonérés d'impôt puisqu'il s'agit d'un programme financé en partie par les Nations Unies.
Fonds de formation professionnelle nationaux p. ex. Fonds de développement de la formation professionnelle (FDFP).	Habituellement un par pays	*Bon*	Finance la formation professionnelle par une charge sociale basée sur la masse salariale.
EB@S European/ACP Business Assistance Scheme	Établi à Bruxelles, bureau régional à Abidjan *ebas@aviso.ci*	Nouvelle entité constituée en janvier 2000 - *Inconnu* (accessible uniquement au partenaire africain)	Formation et services consultatifs